



**სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს  
თავმჯდომარის 2025 წლის 28 თებერვლის №04/186 ბრძანების შესაბამისად  
განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე მიღებული გადაწყვეტილების  
დამტკიცების შესახებ**

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17<sup>1</sup> მუხლის მე-4 პუნქტის, მე-18 მუხლის მე-4 პუნქტის, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 33-ე მუხლის 1-ელი პუნქტის, საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის №45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-17 მუხლის შესაბამისად,

**ვ ბ რ ძ ა ნ ე ბ ა:**

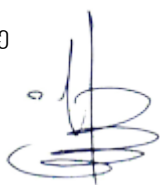
1. დამტკიცდეს სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის 2025 წლის 28 თებერვლის №04/186 ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე გადაწყვეტილება, თანდართული სახით.
2. დადასტურდეს შპს „ისურვეს“ (ს/ნ 416336316) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის დარღვევისა და 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.
3. კანონდარღვევის აღმოფხვრის მიზნით, მოვაჭრე - შპს „ისურვეს“ (ს/ნ 416336316) დაევალოს 1 (ერთი) თვის ვადაში აღადგინოს მომხმარებელთა დარღვეული უფლებები და შეუსაბამოს თავისი სავაჭრო პოლიტიკა კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის მოთხოვნებს და ასევე აღმოფხვრას 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით დადგენილი უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.



4. შპს „ისურვეს“ (ს/ნ 416336316) დაევალოს, ბრძანების მე-3 პუნქტის შესაბამისად განხორციელებული ქმედების თაობაზე სსიპ საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს მიაწოდოს ინფორმაცია ამავე პუნქტით განსაზღვრული ვადის გასვლიდან 5 სამუშაო დღის ვადაში.
5. ეს ბრძანება, თანდართულ გადაწყვეტილებასთან ერთად, გაეგზავნოთ მხარეებს და გამოქვეყნდეს სააგენტოს ოფიციალურ ვებგვერდზე საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად.
6. ეს ბრძანება ამოქმედდეს ხელმოწერისთანავე.
7. სააგენტოს გადაწყვეტილება მისი კანონმდებლობით განსაზღვრული წესით გაცნობიდან 30 კალენდარული დღის ვადაში შეიძლება გასაჩივრდეს ქ. თბილისის საქალაქო სასამართლოში (მის: ქ. თბილისი, დავით აღმაშენებლის ხეივანი N64). დარღვევის დადგენის შესახებ სააგენტოს გადაწყვეტილების გასაჩივრება სააგენტოს არ ართმევს უფლებას, განახორციელოს კანონის 33-ე მუხლის მე-5 პუნქტით გათვალისწინებული უფლებამოსილება და მოვაჭრეს დააკისროს შესაბამისი ჯარიმა.

ირაკლი ლექვინაძე

თავმჯდომარე





საქართველოს კონკურენციისა  
და მომხმარებლის  
დაცვის სააგენტო

**სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს**

### **გადაწყვეტილება**

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს  
თავმჯდომარის მოვალეობის შემსრულებლის 2025 წლის 28 თებერვლის N04/186  
ბრძანების შესაბამისად განხორციელებული საქმის შესწავლის თაობაზე

ქ. თბილისი

2025

## სარჩევი

|                                                                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი .....                                                                                                  | 3  |
| 1.1. განმცხადებლის პოზიცია .....                                                                                                   | 3  |
| 1.2. მოვაჭრის პოზიცია .....                                                                                                        | 3  |
| თავი 2. ნორმატიული რეგულირება .....                                                                                                | 4  |
| თავი 3. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი .....                                                                                  | 11 |
| თავი 4. სამოტივაციო ნაწილი .....                                                                                                   | 13 |
| 4.1. ინფორმირებული მომხმარებლის სტანდარტი .....                                                                                    | 13 |
| 4.2. უსამართლო კომერციული საქმიანობა - ზოგადი მიმოხილვა .....                                                                      | 17 |
| 4.3. შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა - მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა<br>ნივთის არსებით მახასიათებლებთან მიმართებით ..... | 19 |
| 4.4. შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა - მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა<br>სავაჭრო პოლიტიკის შესრულების ნაწილში .....       | 29 |
| თავი 5. სარეზოლუციო ნაწილი .....                                                                                                   | 31 |

## **თავი 1. აღწერილობითი ნაწილი**

სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოში (შემდგომში - სააგენტო) წარდგენილი იქნა მოქალაქე, (შემდგომში - მომხმარებელი/განმცხადებელი) 2025 წლის 17 იანვრის №01/224 განცხადება მოვაჭრე - შპს „ისურვეს“ (ს/ნ 416336316) (შემდგომში - მოვაჭრე/ისურვე) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში - კანონი) შესაძლო დარღვევის თაობაზე.

„მოქალაქე განცხადების საფუძველზე საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე“ სააგენტოს თავმჯდომარის მოვალეობის შემსრულებლის 2025 წლის 28 თებერვლის N04/186 ბრძანებით სააგენტომ დაიწყო საქმის შესწავლა კანონის სავარაუდო დარღვევის ფაქტთან დაკავშირებით.

### **1.1. განმცხადებლის პოზიცია**

განმცხადებელი აღნიშნავს, რომ მან ონლაინ მაღაზია „ისურვესგან“ შეიძინა ფასდაკლებით 1799 ლარის ღირებულების მტვერსასრუტი, რომელიც მომხმარებლის მითითებისამებრ არ აღმოჩნდა შეთანხმებული ხარისხისა და მახასიათებლების.

განცხადების თანახმად, პროდუქტის აღწერილობაში მითითებული იყო, რომ სრულად დატენვის შემდეგ (რისთვისაც საჭიროა 2 საათი და 10 წუთი) მოწყობილობას უნდა ემუშავა 1 საათის განმავლობაში. თუმცა, გამოყენებისას აღმოჩნდა, რომ ის ვერ აკმაყოფილებს ამ მახასიათებლებს და მტვერსასრუტი საშუალო სიმძლავრეზე მუშაობს მხოლოდ 14 წუთი, მაღალ სიმძლავრეზე – 6 წუთი, ხოლო დაბალ სიმძლავრეზე – 45 წუთი.

განმცხადებლის თქმით, ეს შეუსაბამობა არსებითად განსხვავდება მოვაჭრის მიერ მოწოდებული ინფორმაციისგან, როგორც ონლაინ მაღაზიის გვერდზე, ასევე გაყიდვის პროცესში წარმოდგენილი პირობებიდან, რომლის შესაბამისად მტვერსასრუტს უნდა ეფუნქციონირა 60 წუთი.

განცხადების თანახმად, მოვაჭრემ მომხმარებელს ნივთის შეკეთება შესთავაზა, თუმცა თანხის დაბრუნებაზე უარი განაცხადა.

### **1.2. მოვაჭრის პოზიცია**

სააგენტოს 2025 წლის 21 იანვრის N02/204 წერილით, მოვაჭრეს ეცნობა, სააგენტოში შემოსული განცხადების შესახებ და გამოთხოვილი იქნა შპს „ისურვეს“ (ს/ნ:416336316) პოზიცია მომხმარებლის განცხადებაში დაფიქსირებულ გარემოებებთან დაკავშირებით.

მოვაჭრემ 2025 წლის 21 იანვრის N02/316 წერილით, წარადგინა საპასუხო წერილი, რომლის მიხედვითაც მოვაჭრემ უზრუნველყო მომხმარებლისგან ნივთის წამოღება და ტექნიკური

მდგომარეობის შეფასება. მოვაჭრის მიერ წარმოდგენილი 2024 წლის 20 დეკემბრის დასკვნის შესაბამისად, ნივთს არ აღენიშნება რაიმე სახის დაზიანება და ტექნიკურად გამართულია.

მოვაჭრე ასევე უთითებს, რომ გამომდინარე იქედან, რომ ნივთს არ გააჩნია თავდაპირველი ნაკლი და ამავდროულად, არ არის თავდაპირველ მდგომარეობაში, კომპანია მოკლებულია შესაძლებლობას დაიბრუნოს ნივთი ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე.

2025 წლის 24 თებერვლის N01/276 წერილით მოვაჭრე უთითებს, რომ ნივთი სრულად დატენილ მდგომარეობაში, შეუჩერებლად იმუშავებს ერთი საათის განმავლობაში.

სააგენტოს 2024 წლის 04 მარტის N02/1167 წერილით, მოვაჭრეს ეცნობა, „მოქალაქე განცხადების საფუძველზე საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე“ სსიპ - საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის დაცვის სააგენტოს თავმჯდომარის მოვალეობის შემსრულებლის 2025 წლის 28 თებერვლის №04/186 ბრძანების თანახმად დაწყებული საქმის შესწავლის შესახებ მოვაჭრის - შპს „ისურვეს“ (ს/ნ:416336316) მიერ „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაძლო დარღვევის თაობაზე.

აღნიშნული წერილით მოვაჭრეს განესაზღვრა 5 სამუშაო დღე, შესაბამისი დამადასტურებელი მტკიცებულებებით წარმოედგინა პოზიცია იმის შესახებ, რომ მომხმარებლისთვის გადაცემული ნივთი არის შეთანხმებული მახასიათებლების და ინფორმაცია სადავო ნივთის არსებითი მახასიათებლებისა და სპეციფიკაციების შესახებ მომხმარებლისთვის მიწოდების ფორმის შესახებ.

მოვაჭრემ 2025 წლის 05 მარტის N01/1491 წერილით, წარადგინა ინფორმაციის მიწოდების ფორმა და ასევე მიუთითა 2024 წლის 20 დეკემბრის ტექნიკურ დასკვნაზე ნივთის ხელშეკრულების პირობებთან შესაბამისობის ნაწილში.

## **თავი 2. ნორმატიული რეგულირება**

**საქართველოს კონსტიტუციის** 26-ე მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად მომხმარებელთა უფლებები დაცულია კანონით.

**საქართველოსა და ევროკავშირის შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმება** ხაზს უსვამს მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფისა და მომხმარებელთა დაცვის თავიანთ სისტემებს შორის თავსებადობის კუთხით თანამშრომლობის მნიშვნელობას.

**„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის** მიზანია მომხმარებლის უფლებების სამართლებრივი საფუძვლების განსაზღვრა და მომხმარებლის პატივისცემაზე დამყარებული ქცევის კულტურის ხელშეწყობა. კანონის ნორმები უზრუნველყოფს მომხმარებელთა უფლებებს პროდუქტის თაობაზე მაქსიმალურად ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობა ჰქონდეს.

კანონის მე-2 თავი განსაზღვრავს მომხმარებლის უფლებებსა და ვალდებულებებს, კონკრეტულად, ინფორმირებასთან, საქონლის მიწოდებასთან, შემთხვევით დაღუპვასთან, გაფუჭებასა და დამატებით ხარჯებთან დაკავშირებულ უფლებებსა და მოვალეობებს.

კანონის მე-3 თავი განსაზღვრავს დისტანციური ხელშეკრულებისა და სარეწის გარეთ დადებული ხელშეკრულებების დროს მომხმარებლებისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას.

კანონის მე-4 თავი განსაზღვრავს სამომხმარებლო ხელშეკრულებას, სადაც განმარტებულია მოვაჭრის ვალდებულებები და მომხმარებლის უფლებები, აგრეთვე კომერციული გარანტია და მტკიცების ტვირთი და ვადები ხელშეკრულებასთან შეუსაბამობისას.

კანონით განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას. მე-5 მუხლის მიხედვით, ხელშეკრულების დადებამდე მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს **საქართველოს სახელმწიფო ენაზე, მკაფიოდ და გასაგებად** მიაწოდოს **უტყუარი და სრული ინფორმაცია**. ინფორმაცია უნდა მოიცავდეს შემდეგ მონაცემებს:

ა) საქონლის ან მომსახურების დასახელების, მწარმოებლისა და საქონლის ან მომსახურების შესაბამისი არსებითი მახასიათებლების შესახებ, ინფორმაციის მატარებლის სპეციფიკის (მათ შორის, ზომის, შესაძლებლობების) გათვალისწინებით;

ბ) მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების) და მისამართის (იურიდიული მისამართის) შესახებ; არსებობის შემთხვევაში – მოვაჭრის ელექტრონული ფოსტის მისამართის, ფაქსისა და ტელეფონის ნომრების თაობაზე, რომელთა მეშვეობითაც მომხმარებელს შეუძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტიანი კომუნიკაცია; არსებობის შემთხვევაში – იმ მოვაჭრის საკონტაქტო ინფორმაცია, რომლის სახელითაც მოქმედებს აღნიშნული პირი;

გ) არსებობის შემთხვევაში – საქონლის შეცვლის, შეკეთებისა და ტექნიკური მომსახურების ობიექტის დასახელების შესახებ და მისი მისამართის თაობაზე, თუ ის განსხვავდება ამ პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტში მითითებული მისამართისგან;

დ) საქონლის ან მომსახურების ფასის შესახებ, ძირითადი ხარჯებისა და დამატებითი ხარჯების (მათ შორის, ტრანსპორტირების, გადაზავნის, მონტაჟისა და სხვა) მითითებით, ხოლო თუ, საქონლის ან მომსახურების ბუნებიდან გამომდინარე, აღნიშნული ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია – მისი გამოთვლის წესის თაობაზე და ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ შეიძლება დამატებითი ხარჯები წარმოიშვას;

ე) არსებობის შემთხვევაში – გადახდის, საქონლის ან მომსახურების მიწოდებისა და ვალდებულების შესრულების პირობების შესახებ და მოვაჭრის მიერ მომხმარებლის მოთხოვნის განხილვის წესის თაობაზე;

ვ) კანონისმიერი გარანტიის შესახებ, არსებობის შემთხვევაში – კომერციული გარანტიის თაობაზე, აგრეთვე მომხმარებლისთვის შემდგომი მომსახურების გაწევის პირობების შესახებ;

ზ) არსებობის შემთხვევაში – ხელშეკრულების მოქმედების ვადის შესახებ, ხოლო თუ ხელშეკრულება განუსაზღვრელი ვადით არის დადებული ან ავტომატურად გრძელდება – ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების თაობაზე;

თ) არსებობის შემთხვევაში – მომხმარებლის ვალდებულებებისა და მათი შესრულების მინიმალური ვადის/მოქმედების ხანგრძლივობის შესახებ;

ი) ციფრული შინაარსის ფუნქციური მახასიათებლების შესახებ, მათ შორის, არსებობის შემთხვევაში – მისი დაცვისთვის გამოყენებული ტექნიკური საშუალებების თაობაზე, აგრეთვე არსებობის შემთხვევაში – ციფრული შინაარსის აპარატულ ან პროგრამულ უზრუნველყოფასთან თავსებადობის შესახებ ნებისმიერი ინფორმაცია, რომელიც მოვაჭრემ იცის ან უნდა სცოდნოდეს;

კ) არსებობის შემთხვევაში – ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების შესახებ.

კანონის მე-10 მუხლი განსაზღვრავს დისტანციური ვაჭრობისას მომხმარებლისთვის დამატებით მისაწოდებელ ინფორმაციას. კერძოდ, პირველი პუნქტის მიხედვით, დისტანციური ხელშეკრულების ან სარეწის გარეთ დადებული ხელშეკრულების შემთხვევაში მოვაჭრე ვალდებულია ხელშეკრულების დადებამდე მომხმარებელს, ამ კანონის მე-5 მუხლით გათვალისწინებულ ინფორმაციასთან ერთად, დამატებით, მკაფიოდ და გასაგებად მიაწოდოს შემდეგი ინფორმაცია:

ა) მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართის შესახებ, თუ ის განსხვავდება იურიდიული მისამართისგან, აგრეთვე იმ მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართისა და ვინაობის თაობაზე, რომლის სახელითაც მოქმედებს იგი;

ბ) საქონლის ან მომსახურების ფასის შესახებ, გადასახადების ჩათვლით, ხოლო თუ აღნიშნული ფასის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია – მისი გამოთვლის წესის თაობაზე; არსებობის შემთხვევაში – ყველა დამატებითი ხარჯის შესახებ, მიწოდების, გადაზიდვისა და საფოსტო ხარჯების ჩათვლით, ხოლო თუ ასეთი ხარჯების წინასწარ გაანგარიშება შეუძლებელია – ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ შეიძლება დამატებითი ხარჯები იყოს გასაწევი. განუსაზღვრელი ვადით დადებული ხელშეკრულების ან საქონლის ან მომსახურების გამოწერით მიღების ხელშეკრულების შემთხვევაში ფასი გულისხმობს სრულ ფასს გადახდის თითოეული პერიოდისთვის. თუ ხელშეკრულებით გათვალისწინებულია ფიქსირებული გადასახადი, სრული ფასი უნდა აღნიშნავდეს ყოველთვიურ სრულ გადასახადს. თუ სრული გადასახადის წინასწარ გამოთვლა შეუძლებელია, მიწოდებული უნდა იქნეს მისი გამოთვლის წესი;

გ) ხელშეკრულების დადების დროს დისტანციური კომუნიკაციის საშუალების გამოყენების ხარჯის შესახებ, თუ ეს ხარჯი ძირითად ფასში არ შედის;

დ) ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების, ვადისა და წესის შესახებ, თუ ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შესაძლებელია, აგრეთვე ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში შესავსები ფორმა;

ე) ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ მომხმარებელი ხელშეკრულებაზე უარს ვერ იტყვის, თუ, ამ კანონის მე-14 მუხლის შესაბამისად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შეუძლებელია;

ვ) დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში საქონლის დაბრუნებასთან დაკავშირებული ინფორმაცია მომხმარებლის მიერ გასაწევი ხარჯის შესახებ, თუ, საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე, მისი ფოსტით დაბრუნება შეუძლებელია;

ზ) ქვევის კოდექსის არსებობისა და ხელმისაწვდომობის შესახებ;

თ) მოვაჭრის მოთხოვნის შემთხვევაში მომხმარებლის მიერ წარსადგენი ან გადასახდელი ფინანსური უზრუნველყოფის პირობების შესახებ;

ი) თუ შესაძლებელია – ინფორმაცია სასამართლოს გარეშე გასაჩივრების წესისა და ანაზღაურების მიღების შესახებ.

კანონის მე-13 მუხლით გათვალისწინებულია მომხმარებლის უფლება ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე თქვას უარი დისტანციურ ხელშეკრულებაზე ან/და სარეწის გარეთ დადებულ ხელშეკრულებაზე 14 კალენდარული დღის განმავლობაში, თუ რა თქმა უნდა, სახეზე არ გვაქვს ამ კანონის მე-14 მუხლით დადგენილი გამონაკლისები.

მომხმარებელი ვალდებულია მოვაჭრეს 14 კალენდარული დღის ვადაში გაუგზავნოს შევსებული დაბრუნების ფორმა ან სხვა ცალსახა მტკიცებულება, რომელიც ასახავს მომხმარებლის გადაწყვეტილებას საქონლის დაბრუნების შესახებ. თუ აღნიშნულ ვადაში მომხმარებელი არ შეავსებს დაბრუნების ფორმას ან სხვა ცალსახა მტკიცებულებას არ წარუდგენს მოვაჭრეს, მომხმარებელი კარგავს ყოველგვარი საფუძვლის მითითების გარეშე ნივთის დაბრუნების უფლებას.

კანონის მე-15 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შედეგად ქარწყლდება მხარეების მიერ დისტანციური ხელშეკრულებით ან სარეწის გარეთ დადებული ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებები, ხოლო ის, რაც მხარეებმა მისი შესრულებით მიიღეს, მათ უბრუნდებათ.

კანონის მე-15 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში მოვაჭრე ვალდებულია:

ა) მომხმარებელს გადახდილი თანხა, აგრეთვე არსებობის შემთხვევაში – მიწოდების ხარჯის ასანაზღაურებლად გადახდილი თანხა დაუბრუნოს სრულად, გაჭიანურების გარეშე, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შესახებ შეტყობინების მიღებიდან არაუგვიანეს 14 კალენდარული დღისა. მოვაჭრე ვალდებული არ არის, მომხმარებელს დაუბრუნოს იმ დამატებითი ხარჯის ასანაზღაურებლად გადახდილი თანხა, რომელიც დაკავშირებულია მომხმარებლის მიერ არასტანდარტული ან მოვაჭრის მიერ შეთავაზებული მიწოდების მომსახურებაზე უფრო ძვირი მიწოდების მომსახურების არჩევასთან;

ბ) თანხა აანაზღაუროს გადახდის იმავე საშუალებებით, რომლებიც მომხმარებელმა გამოიყენა, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც მომხმარებელი გადახდის სხვა საშუალების გამოყენებაზე თანხმობას განაცხადებს და მას დამატებითი ხარჯი არ წარმოეშობა.

კანონის მე-16 მუხლის თანახმად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს გადასცეს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონელი. საქონელი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული პირობების შესაბამისი საქონლად მიიჩნევა, თუ იგი შეესაბამება მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებულ აღწერას და მას აქვს იგივე თვისებები, რომლებიც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის წარდგენილ საქონლის ნიმუშს ჰქონდა.

კანონის მე-17 მუხლის თანახმად, თუ საქონელი ნაკლის მქონე აღმოჩნდა, მომხმარებელს უფლება აქვს, მოვაჭრეს მოსთხოვოს ნაკლის აღმოფხვრა (საქონლის უსასყიდლოდ შეკეთება ან შეცვლა, ფასის შემცირება) ან გავიღეს ხელშეკრულებიდან.

კანონის მე-19 მუხლის შესაბამისად, მოვაჭრე ვალდებულია მკაფიოდ ჩამოაყალიბოს საგარანტიო პირობები, მათ შორის, კომერციული გარანტიის (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) ხანგრძლივობა და მოქმედების ტერიტორია და მისი გასაჩივრებისთვის საჭირო ინფორმაცია, კერძოდ, მოთხოვნის ხანდაზმულობის ვადა, მოვაჭრის სახელი, მისამართი.

მოვაჭრე იღებს ვალდებულებას, რომ მომხმარებლის მოთხოვნის შემთხვევაში, კომერციული გარანტია მას წერილობით ან მისთვის მისაღები სხვა ფორმით მიაწოდოს.

კანონის მე-20 მუხლის თანახმად, თუ მომხმარებელმა საქონლის ნაკლი საქონლის მფლობელობაში მიღებიდან 6 თვის განმავლობაში აღმოაჩინა, საწინააღმდეგოს დამტკიცებამდე იგულისხმება, რომ ნაკლი არსებობდა საქონლის მიწოდებისას, თუ, საქონლის ბუნებიდან ან ნაკლის ხასიათიდან გამომდინარე, ეს შესაძლებელია. ამ შემთხვევაში მტკიცების ტვირთი მოვაჭრეს ეკისრება. თუ მომხმარებელმა საქონლის ნაკლი საქონლის მფლობელობაში მიღებიდან 6 თვის შემდეგ აღმოაჩინა, იმის მტკიცების ტვირთი, რომ ნაკლი არსებობდა საქონლის მიწოდებისას, მომხმარებელს ეკისრება. მომხმარებელს უფლება აქვს, ისარგებლოს ამ კანონის მე-17-მე-19 მუხლებით გათვალისწინებული უფლებებით, თუ საქონლის ნაკლი საქონლის მისთვის გადაცემიდან 2 წლის განმავლობაში აღმოჩნდა.

კანონის 24-ე მუხლის თანახმად უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია.

ამავე მუხლის მეორე პუნქტის შესაბამისად, უსამართლოა კომერციული საქმიანობა, რომელიც კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს ეწინააღმდეგება და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა იმ საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი, ან ახდენს ან შესაძლოა მოახდინოს არსებითი უარყოფითი გავლენა მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე, როდესაც კომერციული საქმიანობის ადრესატი მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფია.

კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, მოვაჭრის მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ან ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება (მაშინაც კი, თუ ამ მუხლის მე-3 პუნქტის ერთი ან ერთზე მეტი ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია), რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება და რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

ამავე მუხლის მე-3 პუნქტი განმარტავს, რას მოიცავს მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია, კერძოდ:

ა) საქონლის ან მომსახურების არსს და შემდეგ ძირითად მახასიათებლებს: ხელმისაწვდომობა, სარგებელი, რისკები, გამოყენება, შემადგენლობა, აქსესუარები, გაყიდვისშემდგომი მომსახურება, საჩივრის განხილვის წესთან დაკავშირებული პროცედურები, წარმოების ადგილი, თარიღი და მეთოდი, მიწოდება, მიზანთან შესაბამისობა, რაოდენობა, ზომა, წონა, მახასიათებლები, გეოგრაფიული ან კომერციული წარმომავლობა, გადაზიდვისა და შენახვის პირობები, გამოყენების მოსალოდნელი შედეგები, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების შემოწმებისა და ტესტირების შედეგები და მათ საფუძველზე გამოვლენილი არსებითი გარემოებები;

ბ) მოვაჭრის პასუხისმგებლობის ფარგლებს, რომელიც ეხება კომერციული საქმიანობის მოტივსა და გაყიდვის პროცესის თავისებურებას, აგრეთვე ნებისმიერ ინფორმაციას, რომელიც მოვაჭრის მიერ საქონლის ან მომსახურების პირდაპირი ან არაპირდაპირი სპონსორობის განხორციელებას უკავშირდება;

გ) ფასს ან ფასის გაანგარიშების სათანადო მეთოდს ან მითითებას სპეციალურ ფასზე, აგრეთვე საქონლის ან მომსახურების მიწოდების პირობებს;

დ) საქონელთან ან მომსახურებასთან დაკავშირებულ მომსახურებას, საქონლის ნაწილის შეცვლის ან შეკეთების საჭიროებას;

ე) მოვაჭრის ან მისი წარმომადგენლის შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, საიდენტიფიკაციო მონაცემებს, სტატუსს, თანხმობას, კვალიფიკაციას, საწარმოო, კომერციული და ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებს ან მათთან კავშირს, აგრეთვე წარმოებასთან ან კომერციულ საქმიანობასთან დაკავშირებულ სხვა უფლებებს;

ვ) მომხმარებლის უფლებების შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, მომხმარებლის მიერ საქონლის დაბრუნების, შეცვლისა და შეკეთების, პრეტენზიის წარდგენის შესაძლებლობისა და ფორმის, აგრეთვე მოსალოდნელი რისკის თაობაზე ინფორმაციას.

#### **საერთაშორისო კანონმდებლობა:**

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83/EC დირექტივის (შემდგომში - 2011/83 დირექტივა) მიზანია მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის მიღწევის გზით, შიდა ბაზრის გამართულად ფუნქციონირების ხელშეწყობა, მომხმარებლებსა და მოვაჭრეებს შორის დადებულ ხელშეკრულებებთან დაკავშირებული წევრ სახელმწიფოთა კანონმდებლობების, რეგულაციებისა და ადმინისტრაციული დებულებების გარკვეული ასპექტების დაახლოების გზით.

2011/83/EC დირექტივის მე-3 თავის მე-5 და მე-6 მუხლები შეიცავს ინფორმაციის იმ ჩამონათვალს, რომლის მიწოდებაც ევალება მოვაჭრეს მომხმარებლისთვის ხელშეკრულების

დადებამდე. მე-5 მუხლით ძირითადად იმ ინფორმაციის ჩამონათვალია შემოთავაზებული, რომელიც მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს ქუჩაში დადებული და დისტანციური ხელშეკრულებების გარდა ყველა სხვა ხელშეკრულების შემთხვევაში. ხოლო, მე-6 მუხლი კონკრეტულად დისტანციური და ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების დადებისას მომხმარებლისთვის მისაწოდებელი ინფორმაციის სრულ ჩამონათვალს მოიცავს. მართალია, მე-6 მუხლი უფრო დეტალურად ასახავს, თუ რა სახის ინფორმაცია უნდა მიეწოდოს მომხმარებელს, მაგრამ ის მაინც ეფუძნება ძირითადად მე-5 მუხლით გათვალისწინებულ მოთხოვნებს.

2011/83/EC დირექტივის მე-6 მუხლის მე-9 პუნქტის მიხედვით, მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდებასთან დაკავშირებული მტკიცების ტვირთი მთლიანად მოვაჭრეს ეკისრება. შესაბამისად, მხარეთა შორის დავის წარმოშობის შემთხვევაში, სწორედ მოვაჭრემ უნდა ამტკიცოს, რომ მან დირექტივით მასზე დაკისრებული ვალდებულება სრულად შეასრულა და მომხმარებლის ინფორმირება სათანადო დონეზე მოახდინა.

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2019 წლის 20 მაისის 2019/771 (შემდგომში - 2019/771 დირექტივა) დირექტივის მიზანია შიდა ბაზრის ნორმალური ფუნქციონირების ხელშეწყობა და ამავდროულად, მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა მომხმარებელსა და მოვაჭრეს შორის დადებულ ნასყიდობის ხელშეკრულებებთან დაკავშირებული ცალკეული მოთხოვნების თაობაზე საერთო წესების დადგენით. კერძოდ, საქონლის ხელშეკრულების პირობებთან შესაბამისობის თაობაზე, შეუსაბამობის შემთხვევაში მომხმარებლის დაცვის საშუალებების, ამ საშუალებების გამოყენების გზებისა და კომერციული გარანტიების თაობაზე.

ამავე დირექტივის მე-5 მუხლის თანახმად, მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს მაიწოდოს საქონელი დირექტივის მე-6, მე-7 და მე-8 მუხლების შესაბამისად, ისე, რომ არ დაირღვეს დირექტივის მე-9 მუხლი.

ამავე დირექტივის მე-7 მუხლის პირველი პუნქტის (ა) ქვეპუნქტის მიხედვით, იმისთვის, რომ საქონელი ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ხარისხის შესაბამისად ჩაითვალოს, ის უნდა იყოს ისეთივე გამოყენების, როგორიც მისი მსგავსი საქონელი. აღნიშნულის დასადასტურებლად, არსებობის შემთხვევაში, ყურადღება უნდა მიექცეს, ტექნიკურ სტანდარტებს ან შესაბამისი სექტორის მარეგულირებელ კანონმდებლობას.

2019/771 დირექტივის მე-13 მუხლის მიხედვით, ხელშეკრულების ნაკლოვანი შესრულების შემთხვევაში, მომხმარებელს უფლება აქვს მოითხოვოს ჯეროვანი შესრულება - ნაკლის გამოსწორება (შეცვლა/შეკეთება) ან საქონლის ფასის პროპორციული შემცირება ან გავიდეს ხელშეკრულებიდან. აღნიშნული მუხლის მე-2 პუნქტის საფუძველზე, ჯეროვანი შესრულების მიზნით, მომხმარებელს შეუძლია თავად გააკეთოს არჩევანი შეკეთებასა და შეცვლას შორის, გარდა იმ შემთხვევებისა, როცა მომხმარებლის მიერ გაკეთებული არჩევანი საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე შეუძლებელია ან მოვაჭრეს აკისრებს არათანაბარზომიერად დიდ ხარჯებს.

ამავე დირექტივის მე-14 მუხლის პირველი პუნქტის (ა) ქვეპუნქტის თანახმად, შეცვლა ან შეკეთება უნდა განხორციელდეს უფასოდ.

ამავე დირექტივის მე-2 მუხლის მე-14 პუნქტის თანახმად, უფასო ნიშნავს საჭირო გადასახადებისგან გათავისუფლებას, რომლებიც წარმოიშობა საქონლის ხელშეკრულებით გათვალისწინებულ ხარისხთან შესაბამისობაში მოსაყვანად. კერძოდ, საფოსტო გაგზავნის, ტრანსპორტის, შესასრულებელი სამუშაოსა და მასალის ხარჯები.

ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2005 წლის 11 მაისის 2005/29/EC დირექტივა არეგულირებს, ბიზნესსამომხმარებლო ურთიერთობისას, უსამართლო კომერციული საქმიანობის საკითხს.

აღნიშნული დირექტივის მე-6 მუხლის პირველი პუნქტის თანახმად, კომერციული საქმიანობა შეცდომაში შემყვანად მიიჩნევა, თუკი ის შეიცავს მცდარ ინფორმაციას და არის არასწორი, ნებისმიერ შემთხვევაში, მათ შორის თუ საქონლის/მომსახურების მთლიანი აღწერა არის შეცდომაში შემყვანი ან არსებობს მაღალი ალბათობა იმისა, რომ საშუალო მომხმარებელს შეიყვანს შეცდომაში, მიუხედავად იმისა, რომ ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია, ამ მუხლის ერთ ან რამდენიმე ელემენტთან მიმართებით და იწვევს ან მაღალი ალბათობით გამოიწვევს მომხმარებლის მიერ ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღებას, რომელსაც ის სხვაგვარად არ მიიღებდა.

### **თავი 3. საქმის შესწავლის დაწყების საფუძველი**

კანონი განსაზღვრავს საქმის შესწავლის დაწყების საფუძვლებს. კერძოდ, კანონის 30-ე მუხლის მე-3 პუნქტის მიხედვით, სააგენტოს მიერ მომხმარებლის უფლების სავარაუდო დარღვევის ფაქტის შესწავლის დაწყების საფუძველია გონივრული ვარაუდი, რომ ამ კანონის მოთხოვნების დარღვევისას, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესს ზიანი ადგება ან შესაძლოა მიაღგეს.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-5 მუხლის მე-4 პუნქტის შესაბამისად, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი გულისხმობს მომხმარებელთა ფართო წრის საერთო ინტერესს. მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის არსებობის შეფასებისას სააგენტო ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში ითვალისწინებს იმ პოტენციურ მომხმარებელთა რაოდენობას, ვისზეც შეიძლება გავლენა იქონიოს სადავო ქმედებამ. ამავ მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებ(ებ)ის სავარაუდო დარღვევის ფაქტის განსაზღვრისას, ასევე გათვალისწინებულ უნდა იქნეს ქმედების ხასიათი და მისი უნარი, გავლენა იქონიოს მომხმარებელთა ფართო წრეზე ან/და ზიანი მიაყენოს ანალოგიურ მდგომარეობაში მყოფ ნებისმიერ მომხმარებელს.

აღსანიშნავია, რომ მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის (კოლექტიური ინტერესის) ცნებას საფუძველი ფრანგულ იურისპრუდენციაში ჩაეყარა, მას შემდეგ, რაც ქვეყანაში მომხმარებელთა ორგანიზაციებს ბაზრის ზედამხედველობის ფუნქცია მიენიჭათ და 1973 წელს, კანონით უფლება მიეცათ მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესები სასამართლოში დაეცვათ. საფრანგეთის უზენაესი სასამართლოს 1985 წლის გადაწყვეტილებით, მომხმარებელთა ორგანიზაციებს მხოლოდ მაშინ

შეეძლოთ სასამართლოში წარმომადგენლობა, თუკი სადავო ქმედება პირდაპირ ან არაპირდაპირ ზიანს აყენებდა მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესებს.<sup>1</sup>

ამ კუთხით სააგენტო ასევე ყურადღებას ამახვილებს ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2020 წლის 25 ნოემბრის 2020/1828 დირექტივაზე (შემდგომში - 2020/1828 დირექტივა), რომლის მიხედვით, მომხმარებელთა დაცვის სამართალი იცავს მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებებსა და ინტერესებს მოვაჭრის ისეთი ქმედებისაგან, რომელიც ერთობლივად საზიანო იქნება მომხმარებელთა ფართო წრისათვის. აღსანიშნავია, რომ 2020/1828 დირექტივის მე-3 მუხლის მე-3 პუნქტში მოცემულია მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესის პოზიტიური განმარტება. აღნიშნული მიდგომის მიხედვით, მომხმარებელთა ჯგუფის ინტერესი მომხმარებელთა საერთო ინტერესს გულისხმობს.

აღნიშნულის გათვალისწინებით სააგენტო განმარტავს, რომ კანონის 30-ე მუხლის მე-3 პუნქტში მითითებული ჯგუფური ინტერესი გულისხმობს არა ცალკეული მომხმარებლის ინდივიდუალურ ინტერესს, არამედ მომხმარებელთა გარკვეული წრის ერთობლივ ინტერესს. კოლექტიური/ჯგუფური ინტერესის კონცეფცია განსხვავდება ინდივიდუალური ინტერესების ჯამისაგან და მეტწილად ფოკუსირებულია მომხმარებელთა ჯგუფის უფლებების სამომავლო ხელყოფის პრევენციაზე და არა რამოდენიმე მომხმარებლის ხელყოფილი ინდივიდუალური უფლებების აღდგენაზე. ამასთან, აღნიშნული არ ზღუდავს კონკრეტულ მომხმარებელს გამოიყენოს კანონით მისთვის მინიჭებული უფლებამოსილება და მისი, როგორც მომხმარებლის უფლებების დარღვევის შემთხვევაში, მიმართოს სააგენტოს.

განსახილველ საქმეში იმის გათვალისწინებით, რომ მოვაჭრე მომხმარებლებს კანონით განსაზღვრულ ინფორმაციას აწვდის შეცდომაში შემყვანი ფორმით, ის ზიანს აყენებს არა მხოლოდ კონკრეტულ მომხმარებელს, არამედ, ნებისმიერ პოტენციურ მომხმარებელს, რომელსაც ექნება სურვილი, რომ მიიღოს შესაბამისი საქონელი მოვაჭრისგან, შესაბამისად, იკვეთება მოვაჭრის მხრიდან მომხმარებელთა ჯგუფური ინტერესის დარღვევის ფაქტი.

### **საქართველოს კონკურენციისა და მომხმარებლის უფლებების დაცვის სააგენტოს უფლებამოსილება:**

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 29-ე მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად საქართველოს ტერიტორიაზე მომხმარებლის ამ კანონით დადგენილი უფლებებისა და კანონიერი ინტერესების დაცვას, მისი უფლებების დარღვევის პრევენციასა და დარღვეული უფლებების აღდგენის ხელშეწყობას, მომხმარებლის უფლებების დარღვევის ფაქტების გამოვლენასა და დარღვევებზე კანონით გათვალისწინებულ სათანადო რეაგირებას ახორციელებს სააგენტო.

ამავე მუხლის მე-4 პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის შესაბამისად, სააგენტო შეისწავლის მომხმარებლის კანონით დადგენილი უფლების შესაძლო დარღვევის ისეთ ფაქტს, რომელმაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებელთა ჯგუფის უფლების დარღვევა.

<sup>1</sup> Cass Crim, 20 May, 1985, bull crim 485.

საქმის შესწავლის მიზნით სააგენტო უფლებამოსილია განმცხადებლისგან ან/და მოვაჭრისგან გამოითხოვს ინფორმაცია (მათ შორის, კონფიდენციალურ ინფორმაციას), რომელიც სააგენტოს შესაბამისი უფლებამოსილების განსახორციელებლად სჭირდება.

სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-6 მუხლის თანახმად, სააგენტო საქმის შესწავლის დაწყების თაობაზე გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ იწყებს საქმის შესწავლას და იღებს საბოლოო გადაწყვეტილებას 1 თვის ვადაში. საქმის შესწავლა, მისი მნიშვნელობისა და სირთულის გათვალისწინებით, შესაძლებელია გაგრძელდეს არაუმეტეს 3 თვისა.

#### **თავი 4. სამოტივაციო ნაწილი**

სააგენტომ საქმის შესწავლის პროცესში იხელმძღვანელა მხარეთა მიერ წარმოდგენილი არგუმენტებითა და მტკიცებულებებით, ასევე სააგენტოს მიერ მოპოვებული ინფორმაციით. მოკვლევის შედეგად მოპოვებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მოვაჭრის მიერ განხორციელებულ სავაჭრო პოლიტიკაში გამოიკვეთა დარღვევები კანონის უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ნაწილში. სააგენტო, გადაწყვეტილების მიღების პროცესში დაეყრდნო საქართველოსა და ევროკავშირის კანონმდებლობას და უსამართლო კომერციული საქმიანობის შეფასებისას იხელმძღვანელა ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკით. საქართველოს მიერ, ასოცირების შეთანხმებით აღებული ვალდებულების მთავარი მიზანი ევროკავშირის კანონმდებლობასთან საქართველოს სამართლებრივი აპროქსიმაცია და ჰარმონიზაციაა, რაც კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს ევროპული გამოცდილების გაზიარების მნიშვნელობასა და რელევანტურობას.

##### **4.1. ინფორმირებული მომხმარებლის სტანდარტი**

განსახილველ საქმეში მომხმარებელთა ჯგუფის ფართო წრეზე მოვაჭრის უარყოფითი გავლენის შეფასებისას მნიშვნელოვანია იმის განსაზღვრა, რა ნაწილში არ შეესაბამება მოვაჭრის საქმიანობა კანონის მოთხოვნებს.

„მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის ადგენს ინფორმირებული მომხმარებლის მაღალ სტანდარტს, ვინაიდან მომხმარებელმა სწორედ მოვაჭრის მიერ მიწოდებული ინფორმაციის საფუძველზე უნდა მიიღოს გააზრებული და მისი ნების შესაბამისი გადაწყვეტილება.

გასათვალისწინებელია, სამომხმარებლო ურთიერთობების ყოველდღიური, საყოფაცხოვრებო ხასიათი, რამაც შესაძლოა საშუალო მომხმარებლისთვის შექმნას არაგონივრული ტვირთი ინფორმირებული გადაწყვეტილების მისაღებად. აღნიშნულს აბალანსებს მომხმარებლის ინფორმირებულობის სტანდარტი, რომელიც ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს (შემდგომში - ევროკავშირის სასამართლო) არაერთი გადაწყვეტილებითაა განმტკიცებული.

საქმეზე Content Service Ltd v. Bundesarbeitskammer” სასამართლომ განმარტა, რომ მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებლებს მიაწოდოს ინფორმაცია იმ მოლოდინის გარეშე, რომ ისინი თავად მოიძიებენ ამ ინფორმაციას და მომხმარებლები პასიურები უნდა რჩებოდნენ ინფორმაციის მოპოვების თვალსაზრისით.<sup>2</sup>

სახელმწიფოებო ურთიერთობაში შესვლამდე, მომხმარებელს უნდა მიეწოდოს სრული ინფორმაცია საქონლის ან მომსახურების დასახელების, მწარმოებლისა და საქონლის ან მომსახურების შესაბამისი არსებითი მახასიათებლების შესახებ, ინფორმაციის მატარებლის სპეციფიკის (მათ შორის, ზომის, შესაძლებლობების) გათვალისწინებით; მოვაჭრის ვინაობის (სახელწოდების) და მისამართის (იურიდიული მისამართის) შესახებ; ასევე მოვაჭრის ფაქტობრივი მისამართის შესახებ, თუ ის განსხვავდება იურიდიული მისამართისგან; მოვაჭრის ელექტრონული ფოსტის მისამართის და ტელეფონის ნომრების თაობაზე, რომელთა მეშვეობითაც მომხმარებელს შეეძლება მოვაჭრესთან სწრაფი და ეფექტიანი კომუნიკაცია; საქონლის შეცვლის, შეკეთებისა და ტექნიკური მომსახურების ობიექტის დასახელების შესახებ, კანონისმიერი გარანტიის შესახებ, არსებობის შემთხვევაში – კომერციული გარანტიის თაობაზე, აგრეთვე მომხმარებლისთვის შემდგომი მომსახურების გაწევის პირობების შესახებ, ხელშეკრულებაზე უარის თქმის პირობების, ვადისა და წესის შესახებ, თუ ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შესაძლებელია, აგრეთვე ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში შესავსები ფორმა; ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ მომხმარებელი ხელშეკრულებაზე უარს ვერ იტყვის, თუ, კანონის მე-14 მუხლის შესაბამისად, ხელშეკრულებაზე უარის თქმა შეუძლებელია; ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ დისტანციურ ხელშეკრულებაზე უარის თქმის შემთხვევაში მომხმარებელი ვალდებულია გასწიოს საქონლის დაბრუნების ხარჯი, თუ, საქონლის ბუნებიდან გამომდინარე, მისი ფოსტით დაბრუნება შეუძლებელია.

კანონით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება ევროპარლამენტისა და საბჭოს 2011 წლის 25 ოქტომბრის 2011/83 დირექტივის მე-5 მუხლის ანალოგს წარმოადგენს, რომელიც ინტერპრეტირებულია ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს არაერთ გადაწყვეტილებაში. მათ შორის, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო საქმეზე NC-649/17 აღნიშნავს, რომ ევროკავშირის 2011/83 დირექტივის მიზანია სამომხმარებლო ურთიერთობებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა.<sup>3</sup>

კანონის მე-5 მუხლი მოვაჭრეს აკისრებს ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულებას. მომხმარებელს უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა, ხელშეკრულების დადებასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილება მიიღოს შესაბამისი და რელევანტური ინფორმაციის საფუძველზე. იმის გათვალისწინებით, რომ ის ხელშეკრულების ნაკლებად დაცული მხარეა, მის კონტრაქტს, მოვაჭრეს ავალდებულებს მაქსიმალურად მოახდინოს მომხმარებლის ინფორმირება. მას უნდა შეეძლოს გადაწყვეტილება სახელმწიფოებო ურთიერთობაში შესვლასთან დაკავშირებით მიიღოს რაციონალურად, გააზრებულად და რაც ყველაზე მთავარია, საკმარისი და ამომწურავი ინფორმაციის საფუძველზე. ხელშეკრულების დადებამდე მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება მას საშუალებას აძლევს გააკეთოს ე.წ. „ინფორმირებული არჩევანი“ და დაიცვას მისი ეკონომიკური ქცევა. ქართული კანონმდებლობის მსგავსად ანალოგიურადაა

<sup>2</sup> Case C-49/11 Content Services Ltd v Bundesarbeitskammer

<sup>3</sup> ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 10 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე #C-649/17

განმარტებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება ევროკავშირის №2011/83 დირექტივაშიც.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო №C-649/17 საქმეზე აღნიშნავს, რომ ევროკავშირის №2011/83 დირექტივის მიზანია სამომხმარებლო ურთიერთობებში მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მაღალი დონის უზრუნველყოფა - მათ შორის, დისტანციური და სარეწს გარეთ დადებული ხელშეკრულებების დროს.<sup>4</sup>

მოვაჭრე კომერციული საქმიანობის განხორციელებისას ვალდებულია, მომხმარებელს მიაწოდოს ინფორმაცია ნათელი და ყოვლისმომცველი ფორმით. დირექტივა მოვაჭრეებს ავალდებულებს უზრუნველყონ კომუნიკაციის ეფექტიანი საშუალებები<sup>5</sup>, რაც მომხმარებლებს გაუადვილებს მოვაჭრესთან დაკავშირებას.

№C-430/17 საქმეზე სასამართლო განმარტავს დირექტივის მე-6 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების მნიშვნელობას სამომხმარებლო ურთიერთობის ეფექტური განხორციელებისთვის. წინასახელშეკრულებო ეტაპზე, მომხმარებლისთვის ნივთის ან მისაღები მომსახურების შესახებ მიწოდებული სრულყოფილი ინფორმაცია განსაზღვრავს მომხმარებლის ნებას, შეიბოჭოს თუ არა სახელშეკრულებო ვალდებულებით.<sup>6</sup>

მოვაჭრე კომერციულ საქმიანობას ახორციელებს დისტანციურად მის მიერ საქმიანობისთვის გამოყენებულ ვებ-გვერდზე (ბმული - <https://isurve.ge/>) ასახული ინფორმაცია არ არის სრული და კანონთან თავსებადი. მოვაჭრის სავაჭრო პლატფორმის შეფასების შედეგად დგინდება, რომ პლატფორმაზე სრულად არ არის მითითებული კანონის მე-5 მუხლით სავალდებულოდ მისაწოდებელი ინფორმაცია, კერძოდ: მე-5 მუხლის „ა“ ქვეპუნქტით გასაზღვრული **ინფორმაცია საქონლის არსებითი მახასიათებლების შესახებ**.

აღსანიშნავია, რომ კანონის მე-5 მუხლის მე-5 პუნქტის შესაბამისად, ამ კანონის მე-5, მე-6, მე-7 და მე-9-მე-12 მუხლებით დადგენილი ინფორმაციის მიწოდების მოთხოვნებთან შესაბამისობის მტკიცების ტვირთი მოვაჭრეს ეკისრება.

2011/83 დირექტივის მე-6 მუხლის მე-9 პუნქტის მიხედვით, მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდებასთან დაკავშირებული მტკიცების ტვირთი მთლიანად მოვაჭრეს ეკისრება. შესაბამისად, მხარეთა შორის დავის წარმოშობის შემთხვევაში სწორედ მოვაჭრემ უნდა ამტკიცოს, რომ მან დირექტივით მასზე დაკისრებული ვალდებულება სრულად შეასრულა და მომხმარებლის ინფორმირება სათანადო დონეზე მოახდინა.

განსახილველ შემთხვევაში, მოვაჭრე მომხმარებელს ასევე არ აწვდის მე-5 მუხლის გ) ქვეპუნქტით დადგენილ ინფორმაციას, რომლის მიხედვით მოვაჭრემ მომხმარებელს უნდა მიაწოდოს არსებობის შემთხვევაში – საქონლის შეცვლის, შეკეთებისა და ტექნიკური მომსახურების ობიექტის დასახელების შესახებ და მისი მისამართის თაობაზე, თუ ის განსხვავდება ამ პუნქტის „ბ“ ქვეპუნქტში მითითებული მისამართისგან.

<sup>4</sup> ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 10 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე #C-649/17

<sup>5</sup> იქვე, აბზაცი 53

<sup>6</sup> ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2019 წლის 23 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე #C-430/17

მოვაჭრე სავაჭრო პლატფორმაზე მომხმარებელთა ჯგუფს ინფორმაციას აწვდის კანონის მე-13 მუხლით განსაზღვრული საქონლის უპირობოდ დაბრუნების უფლების შესახებ, თუმცა სააგენტოს მიერ მოძიებული ინფორმაციის საფუძველზე გამოიკვეთა, რომ ინდივიდუალური განმარტებისას, მოვაჭრე მომხმარებელს ზემოაღნიშნული ინფორმაციის გამომრიცხავ ინფორმაციას აწვდის. მოვაჭრის მიერ ფეისბუქ ჩატებისა და ნებისმიერი ინდივიდუალური ფორმით მომხმარებელთან კომუნიკაციისას განმარტებულია, რომ ნივთი მხოლოდ წუნის შემთხვევაში იცვლება. დაბრუნებით კი არ ბრუნდება.

მხარეთა დისბალანსი სამომხმარებლო ურთიერთობისას პრეზუმირებულია, ასეთ დროს მიიჩნევა, რომ მომხმარებელი არის გარიგების სუსტი მხარე, ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო 2015 წლის 3 სექტემბრის C-110/14 გადაწყვეტილებაში განმარტავს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ იურისტმა წარმოაჩინა მაღალი ტექნიკური ცოდნა, ის არ შეიძლება არ იქნას მიჩნეული გარიგების სუსტ მხარედ, გამყიდველთან მიმართებით<sup>7</sup>. ამდენად კანონის მე-5 მუხლიდან გამომდინარე, მოვაჭრეს ეკისრება პროაქტიურად მოქმედების ვალდებულება. გამომდინარე, აქედან საკმარისი არ არის კანონის მე-5 მუხლით გათვალისწინებული ინფორმაციის მხოლოდ ნებისმიერი ფორმით განთავსება, განთავსებული ინფორმაცია უნდა აკმაყოფილებდეს მკაფიოობის, უტუარობისა და სისრულის მაღალ სტანდარტს, რაც საშუალო მომხმარებლისთვის აღნიშნულ ინფორმაციას გახდის მარტივად აღქმად, ყოველგვარი ბუნდოვანების გამორიცხვით.

გამჭვირვალე ინფორმაციის მიწოდება განსხვავდება ინფორმაციის გამჟღავნების ზოგადი ვალდებულებისგან და მეწარმისგან მოითხოვს უფრო მეტ ჩართულობას უზრუნველყოფს ინფორმაციის შედეგზე ორიენტირებულად, ანუ ადრესატისთვის (მომხმარებლისთვის) აღქმადი ფორმით მიწოდება. მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში, მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ინფორმაციის მიწოდება ფაქტობრივი სახით, არამედ მიწოდებული ინფორმაციის ხარისხიც.

მომხმარებელთა უფლებების მარეგულირებელი დირექტივა ერთიან კონტექსტში განიხილავს ინფორმირებულობასა და გამჭვირვალობას და ამკვიდრებს ახალ ცნებას „გამჭვირვალე ინფორმაცია“, რაც მოიაზრებს იმას, რომ დირექტივა არა მხოლოდ ავალდებულებს მეწარმეს მიაწოდოს მომხმარებელს ინფორმაცია, არამედ იქვე აკონკრეტებს, რომ ეს ინფორმაცია უნდა იყოს არაორაზროვანი და გასაგები ენით გადმოცემული.<sup>8</sup>

მეწარმეს შეუძლია დაიცვას ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება და მომხმარებელს მიაწოდოს კანონით დადგენილი ინფორმაცია, თუმცა ეს განახორციელოს იმგვარად, რომ მისი შინაარსი გაუგებარი და არასრული იყოს. მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში კი ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება, აუცილებლად მოიაზრებს ამ ინფორმაციის მიწოდების ფორმას, რომელიც უნდა იყოს მარტივად გასაგები საშუალო მომხმარებლისთვის.<sup>9</sup>

მხარეთა მიერ წარმოდგენილი და სააგენტოს მიერ მოკვლეული ინფორმაციის საფუძველზე გამოიკვეთა, რომ მოვაჭრე მომხმარებელს კანონით დადგენილ ინფორმაციას აწვდის

<sup>7</sup> ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2015 წლის 3 სექტემბრის C-110/14 გადაწყვეტილება.

<sup>8</sup> თამარ ლაკერბაია, სადისერტაციო ნაშრომი, ქართული და ევროპული სახელმეკრულებო სამართლის შედარებითი ანალიზი, 2016 წ.

<sup>9</sup> Campagna M.F. Transparent Consumer Information In Directive 2011/83/EU, The Columbia Journal of European Law, Vol., 19, 2012, 38, [22.09.2014]

ორაზროვნად და ბუნდოვნად, რაც ვერ ჩაითვლება მე-5 მუხლით დადგენილი ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულების შესრულებად.

**ზემოაღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით, მოვაჭრის მხრიდან ადგილი აქვს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებული, მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების მოთხოვნების დარღვევას.**

#### **4.2. უსამართლო კომერციული საქმიანობა - ზოგადი მიმოხილვა**

ევროკავშირის დირექტივა 2005/29/EC „უსამართლო კომერციული პრაქტიკის შესახებ“ (შემდგომში - 2005/29/EC დირექტივა) არის ყოვლისმომცველი ჩარჩო დოკუმენტი, რომელიც მიზნად ისახავს დაიცვას მომხმარებელთა უფლებები და ხელი შეუწყოს ბაზარზე სამართლიან კონკურენციას. დირექტივა ბიზნესს უკრძალავს აგრესიულ ან შეცდომაში შემყვან სავაჭრო პრაქტიკას, რამაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს მომხმარებელთა ეკონომიკურ ინტერესებს ან შეაფერხოს მათი უნარი, მიიღონ ინფორმირებული გადაწყვეტილებები. დირექტივის ერთ-ერთი მთავარი მოთხოვნაა, რომ ბიზნესმა მომხმარებლებს მიაწოდოს მკაფიო და ზუსტი ინფორმაცია. ამგვარ ინფორმაციას მიეკუთვნება, მაგალითად, ინფორმაცია პროდუქტის ხელმისაწვდომობის, ბუნების, ფასის, ფასის გაანგარიშების, მახასიათებლების, იდენტიფიკაციის შესახებ და სხვა. უსამართლო კომერციულ პრაქტიკად ასევე ჩაითვლება უმოქმედობა, ფაქტების დაფარვა, რაც მნიშვნელოვანია გადაწყვეტილების მისაღებად.

იმის უზრუნველსაყოფად, რომ მომხმარებელს ჰქონდეს ჭეშმარიტ და სრულყოფილ ინფორმაციასთან წვდომა, 2005/29/EC დირექტივა მათ იცავს მოვაჭრის მიერ განხორციელებული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობისაგან.

აღსანიშნავია, რომ სააგენტოს არ უწევს დაადგინოს მოვაჭრის შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა იყო განზრახი თუ გაუფრთხილებელი. დოქტრინაში გამოთქმული მოსაზრების მიხედვით, აღნიშნულს მართოდენ სანქციის დაკისრების ეტაპზე აქვს მნიშვნელობა.<sup>10</sup> მსგავსი განმარტება გააკეთა ევროკავშირის მართლმასჯულების სასამართლომ 2013 წლის 14 მაისის C-388/13 გადაწყვეტილებაშიც.<sup>11</sup>

კანონის 24-ე მუხლის პირველი პუნქტის მიხედვით, უსამართლო კომერციული საქმიანობა აკრძალულია. წინამდებარე მუხლის მე-2 ნაწილი ადგენს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგად წინამძღვრებს, რომლის პირველი ბაზისია კეთილსინდისიერების მოთხოვნების დარღვევა მოვაჭრის მიერ, ხოლო მეორე ბაზისს წარმოადგენს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის ცვლილება უარყოფით კონტექსტში.

წინამდებარე პუნქტის მიხედვით, უსამართლო კომერციული საქმიანობა, რომელიც კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს ეწინააღმდეგება და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან

<sup>10</sup> Patti, Francesco Paolo. (2016). 'fraud' and 'misleading commercial practices': modernising the law of defects in consent. European Review of Contract Law, 12(4), 307-334. გვ. 328.

<sup>11</sup> საქმე: C-388/13 (ECJ, 14.05.2013)

შესაძლოა შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა იმ საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი, ან ახდენს ან შესაძლოა მოახდინოს არსებითი უარყოფითი გავლენა მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე, როდესაც კომერციული საქმიანობის ადრესატი მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფია.

ამავე მუხლის, მე-4 პუნქტის მიხედვით, უსამართლო კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა ან აგრესიული კომერციული საქმიანობა. უფრო ჩაშლილად, უსამართლო კომერციული პრაქტიკა მოიცავს 3 კატეგორიას: პირველი - **მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობას;** მეორე - **უმოქმედობით გამოხატული შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობას;** მესამე - **აგრესიული კომერციული საქმიანობას;**

ზემოაღნიშნული ევროკავშირის დირექტივით განსაზღვრულია ე.წ. „შავ სია“, რომელიც ადგენს კონკრეტულ შემადგენლობებს, რა შემთხვევაშიც კომერციული საქმიანობა თავისთავად უსამართლოდ მიიჩნევა და შესაბამისი უწყების მიერ აღარ არსებობს ქმედების შედეგების შეფასების საჭიროება, მომხმარებელთა ჯგუფის ეკონომიკურ ქცევაზე გავლენასთან მიმართებით.

ქართული კანონმდებლობის მიხედვით, კანონის 25-ე მუხლის პირველი პუნქტი ასევე ადგენს მსგავსი ტიპის „შავ სიას“ ქმედებათა კონკრეტული შემადგენლობის მითითებით, რომლის შესაბამისადაც ნებისმიერ შემთხვევაში უსამართლოდ მიიჩნევა და აკრძალულია ამ პუნქტით გათვალისწინებული ქმედებები.

მოვაჭრის ქმედებების ანალიზის საფუძველზე არ გამოიკვეთა მოვაჭრის ქმედებების შესაბამისობა 25-ე მუხლის პირველი პუნქტით გათვალისწინებულ რომელიმე დანაწესთან, აქედან გამომდინარე, **სააგენტო უნდა შეაფასოს მოვაჭრის ქმედებების ზეგავლენის ინტენსივობა მომხმარებლის ქცევაზე და ამ გავლენის კონტექსტი ე.წ. „ეკონომიკური ქცევის ტესტის“ გამოყენებით.** აღნიშნული ტესტით სააგენტო შეძლებს შეაფასოს მოვაჭრის ქმედება, ხომ არ ცვლის ან ხომ არ შეიძლება შეცვალოს, მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა, საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით არსებითად უარყოფითად.

უსამართლო კომერციული პრაქტიკის წინააღმდეგ ბრძოლას საფუძველი ჯერ კიდევ მე-20 საუკუნეში ჩაეყარა. ამერიკის შეერთებული შტატების უზენაესის სასამართლო 1924 წლის გადაწყვეტილებაში განმარტავს, რომ ცრუ განცხადებებთან ერთად უნდა მოხდეს ბუნდოვანი და არაპირდაპირი სარეკლამო განცხადებების პრევენცია. **ამავე გადაწყვეტილებით სასამართლო უთითებს, რომ თუ სახეზე შესაბამისი განზრახვა არაა, განსაკუთრებულ წნეხს არ უნდა წარმოადგენდეს ბიზნესისათვის თავისი სარეკლამო კამპანიებისთვის შეარჩიოს იმგვარი განცხადებები, დიზაინები ან მეთოდები, რაც არ იქნება მომხმარებლისთვის შეცდომაში შემყვანი.**<sup>12</sup>

საქმეში წარმოდგენილ მტკიცებულებათა შეჯერებით, სააგენტო მიიჩნევს, რომ კონკრეტულ შემთხვევაში მაკვალიფიცირებელ ნორმას წარმოადგენს კანონის 25-ე მუხლის მეორე ნაწილი,

<sup>12</sup> United States v. 95 Barrels of Vinegar, 265 U.S. 438 (1924)

რომლის შესაბამისადაც, მოვაჭრის მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ან ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება (მაშინაც კი, თუ ამ მუხლის მე-3 პუნქტის ერთი ან ერთზე მეტი ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია), რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება და რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

#### **4.3. შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა - მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა ნივთის არსებით მახასიათებლებთან მიმართებით**

მომხმარებლის ქცევაზე ზეგავლენის შეფასებამდე უნდა შეფასდეს მაკვალიფიცირებული მუხლის, კერძოდ, 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის, პირველი ნაწილი. აღნიშნული მუხლის შემადგენლობის პირველ ნაწილის დისპოზიციას წარმოადგენს ალტერნატიული პირობები. 1. მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდების ფაქტი 2. ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება, რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება.

მცდარი ინფორმაციის მიწოდება თავის თავში გულისხმობს არსებითად არასწორი, რეალობას აცდენილი ინფორმაციის მიწოდებას მომხმარებლისთვის.

ასე მაგალითად, ევროკავშირის პრაქტიკით, მცდარი ინფორმაციის მიწოდებად მიჩნეულ იქნა შემთხვევა, როდესაც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებული ინფორმაცია, კომპიუტერული პროდუქციის მეხსიერების მოცულობის შესახებ მნიშვნელოვნად განსხვავდებოდა რეალური მოცულობისგან.<sup>13</sup>

საქმეში წარმოდგენილი ფაქტობრივი გარემოებების გაანალიზების შედეგად სააგენტო მივიდა დასკვნამდე, რომ მაკვალიფიცირებული მუხლის დისპოზიციის პირველ ნაწილში წარმოდგენილი ალტერნატიული პირობებიდან სახეზეა მეორე, კერძოდ, ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება, რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება ქვემოთ წარმოდგენილი არგუმენტაციით.

სააგენტო უდავო ფაქტობრივ გარემოებებად განსაზღვრავს განცხადებაში წარდგენილ ფაქტებს, რომელსაც მოვაჭრე დაეთანხმა ან კვალიფიციური შედავება არ განუხორციელებია.

---

<sup>13</sup> PS9678 - Samsung - Caratteristiche Tecniche Smartphone. Decision No. 25138, 19 December 2014

## N1 ეკრანის ანაბეჭდი

## N2 ეკრანის ანაბეჭდი

ძირითადი ტექნიკური მახასიათებლები:

- ტიპი: ვერტიკალური
- ვოლტაჟი: 25,2 V
- შესრუტვის სიმძლავრე: 210 W
- მშრალი წმენდა
- ინვერტორული ძრავი
- ეკრანი
- პლასტმასის კონტეინერი
- მტვრის კონტეინერის მოცულობა: 0,5-2 ლ
- მარტივი დაცლა
- ხმაურის დონე: 86 dB
- Cyclone ფილტრი
- ელემენტი: Li-Ion
- დატენვის დრო: 210 წთ
- მუშაობის დრო: 60 წთ

ძირითადი ტექნიკური მახასიათებლები:

- ტიპი: ვერტიკალური
- ვოლტაჟი: 25,2 V
- შესრუტვის სიმძლავრე: 210 W
- მშრალი წმენდა
- ინვერტორული ძრავი
- ეკრანი
- პლასტმასის კონტეინერი
- მტვრის კონტეინერის მოცულობა: 0,5-2 ლ
- მარტივი დაცლა
- ხმაურის დონე: 86 dB
- Cyclone ფილტრი
- ელემენტი: Li-Ion
- დატენვის დრო: 210 წთ
- მუშაობის დრო: მდე>60 წთ

მოვაჭრე მომხმარებლებს ინფორმაციას ნივთის არსებითი მახასიათებლების შესახებ აწვდის მკვლევარ „ისურვეს“ სავაჭრო პლატფორმის საშუალებით. წარმოდგენილი ტექნიკური ძირითადი მახასიათებლებიდან ერთ-ერთია მუშაობის დრო, რომლის შესახებაც ინფორმაცია მომხმარებელთა ჯგუფისთვის მოვაჭრის მიერ მიწოდებულია დროითი თვალსაზრისით ორ ეპიზოდად. პირველ ეპიზოდს წარმოადგენს დროის ის პერიოდი, როდესაც მომხმარებელმა შეიძინა ნივთი, სადაც იკვეთება ინფორმაციის შემდეგი მიწოდების ფორმა: **მუშაობის დრო: 60 წთ. (იხ. N1 ეკრანის ანაბეჭდი)**, ხოლო მოგვიანებით მოვაჭრემ შეცვალა ინფორმაციის მიწოდების აღნიშნული ფორმა შემდეგი ფორმით: **მუშაობის დრო: მდე>60 წთ. (იხ. N2 ეკრანის ანაბეჭდი)**.

სააგენტო მიიჩნევს, რომ სახეზეა მაკვალფიცირებული ნორმის დისპოზიციის პირველი ელემენტის ალტერნატიული კომპონენტი, კერძოდ, ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება, რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება ქვემოთ წარმოდგენილი არგუმენტაციებით.

ზემოაღნიშნული ელემენტი უნდა შეფასდეს დისპოზიციის მეორე ელემენტთან კორელაციაში, კერძოდ, მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე ზეგავლენის გააზრებით. მოტყუვდებოდა თუ არა მომხმარებელი ინფორმაციის მიწოდების კონკრეტული ფორმით და ეს ფაქტი მოახდენდა თუ არა მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე გავლენას ფასდება **საერთო ნიშნულით, რასაც წარმოადგენს საშუალო მომხმარებლის აღქმა**.

2005/29/EC დირექტივა გვთავაზობს მომხმარებლის სამ განსხვავებულ ტიპს, რომლებიც ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან მოწყვლადობის ხარისხით. ამოსავალ ნიშნულად კი

დირექტივა იღებს კონცეფციას: „საშუალო მომხმარებელი, რომელიც საკმარისად არის ინფორმირებული, საკმარისად დაკვირვებული და წინდახედული“.

ევროკავშირის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კანონმდებლობასა და ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკაში საშუალო მომხმარებლის ცნება გამოიყენება მომხმარებელთა ქცევის შეფასების კრიტერიუმად,<sup>14</sup> რასაც ნაბიჯ-ნაბიჯ მიყვება ქართული კანონმდებლობა და პრაქტიკა. მომხმარებლისათვის მიწოდებული ინფორმაციის ადეკვატურობა და აღქმადობა საშუალო მომხმარებლის მოლოდინით იზომება.<sup>15</sup>

ევროკავშირის რეგულაციების თანახმად, საშუალო მომხმარებელი შეფასებულია, როგორც გონივრულად კარგად ინფორმირებული, გონივრულად გათვითცნობიერებული და წინდახედული. მაგრამ საქართველოში რეგულირების ზეგავლენის შეფასებისას გამოიკვეთა, რომ არსებული რეალობის გათვალისწინებით, რთულია ევროკავშირის კონცეფციით გააზრებული „საშუალო მომხმარებელი“ კანონის მოქმედების ნიშნულად იქნეს გათვალისწინებული.<sup>16</sup>

სამომხმარებლო საქონლის ბაზარზე მომხმარებელთა ქცევას მრავალი ფაქტორი განსაზღვრავს, რაც შეიძლება დავყოთ შემდეგ ოთხ ჯგუფად: 1. კულტურული ფაქტორები; 2. ეკონომიკური ფაქტორები; 3. სოციალური ფაქტორები; 4. პიროვნული ფაქტორები. ამ ფაქტორების შესწავლის საფუძველზე აგებს გონიერი მეწარმე თავის მარკეტინგულ სტრატეგიებს. აღნიშნული ფაქტორები კი სხვადასხვა გარემოპირობებში სხვადასხვაგვარია.

მართალია საშუალო მომხმარებლის ტესტი არ არის სტატისტიკური ტესტი, თუმცა აღნიშნულიც ცხადყოფს, რომ საქართველოს მოქალაქეები უფრო მოწყვლადი არიან და შესაბამისად, საჭიროებენ მეტ დაცვას უსამართლო კომერციული პრაქტიკისაგან. კერძოდ, იქედან გამომდინარე, რომ 2022 წლამდე საქართველოში არ არსებობდა მომხმარებლის უფლებების დაცვის სრულყოფილი კანონმდებლობა და მექანიზმები და შესაბამისად, სამომხმარებლო განათლების დონე დაბალია, მომხმარებლები ნაკლებად ინფორმირებულნი და უფრო მეტად მოწყვლადი არიან უსამართლო კომერციული პრაქტიკის მიმართ.<sup>17</sup>

საშუალო მომხმარებლის ნიშნული გამოიყენება ინფორმაციის გამჭვირვალობის შესაფასებლად და ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღების წანამძღვარია, თუმცა შესაძლოა ვერ უმკლავდებოდეს ინფორმაციული ასიმეტრიის გამოწვევებს, რადგანაც საშუალო მომხმარებელს

<sup>14</sup> EU Consumer Protection 2.0 Structural Asymmetries in Digital Consumer Markets. A Joint Report from Research Conducted under the EUCP2.0 project, Brussels, 2021, 5.

<sup>15</sup> ლაკერბაია თ., ხელშეკრულების უარყოფის უფლება: ქართული და ევროპული სახელშეკრულებო სამართლის შედარებითი ანალიზი, თბილისი, 2016, 181.

<sup>16</sup> „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონპროექტი რეგულირების ზეგავლენის შეფასება. 2019 წ. იანვარი.

<sup>17</sup> დამატებითი ინფორმაციისათვის მოწყვლად მომხმარებელზე იხ. ზ. გველესიანი, სამომხმარებლო სამართლის აუცილებლობა ევექტიანი კონკურენციისათვის და კონკურენციის სამართლის უფრო მკაცრად აღსრულებისათვის (ევროკავშირის სამართლისა და საქართველოს კანონმდებლობის შედარებით-სამართლებრივი ანალიზი)

ყოველთვის არ აქვს შესაძლებლობა ან სურვილი, რომ საფუძვლიანად შეაფასოს მისთვის ხელმისაწვდომი ინფორმაცია.<sup>18</sup>

ამ კუთხით საინტერესო პრაქტიკა განავითარა ევროკავშირის სასამართლომ, რომელმაც შეცდომაში შემყვანად მიიჩნია ჩაის შეფუთვის დასურათება შემდეგი განმარტებით, „შეფუთვაზე განთავსებული ინგრედიენტების სრული სია, არ გამორიცხავს იმ დაშვებას, რომ მომხმარებელი მაინც შევიდეს შეცდომაში პროდუქტის სპეციფიკური ეტიკეტირებიდან გამომდინარე“.<sup>19</sup>

ყოველივე ზემოთთქმულიდან გამომდინარე, საშუალო მომხმარებლის ტესტი გავლილი უნდა იქნეს ევროკავშირის საუკეთესო პრაქტიკისა და ქართული რეალობის გათვალისწინებით შემუშავებული სტანდარტით.

ევროკავშირის კანონმდებლობა და პრაქტიკა შეცდომაში შემყვან ინფორმაციის კვალიფიცირებისთვის ერთ-ერთ კრიტერიუმად განსაზღვრავს ინფორმაციის არსებითობას. რამდენად არსებითია ინფორმაცია შეფასებულ უნდა იქნეს ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში შესაბამისი უწყების მიერ.<sup>20</sup>

ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2016 წლის 16 ოქტომბრის გადაწყვეტილების მიხედვით, მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევის შეფასებისას გასათვალისწინებელია ისიც თუ რამდენად არსებითია ნაკლებად თვალსაჩინო/გამოტოვებული ინფორმაციული კომპონენტი.“<sup>21</sup>

კანონი 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის დისპოზიციაში არ უთითებს ინფორმაციის არსებითობაზე, თუმცა ამავე მუხლის მე-3 პუნქტი, პირდაპირ განსაზღვრავს ჩამონათვალს, თუ რას მოიცავს მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია.

მოცემულ შემთხვევაში, საქმე გვაქვს ზემოაღნიშნული პუნქტის ა) ქვეპუნტით გათვალისწინებულ ინფორმაციასთან, რომელიც ეხება **საქონლის ძირითად მახასიათებლებს**.

ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლო „ეკონომიკურ ქცევას“ განმარტავს ფართოდ და ქცევად აიღენტიფიცირებს არამხოლოდ უშუალოდ საქონლის შეძენის გადაწყვეტილებას, არამედ მომხმარებლის ყოველ გადაწყვეტილებას, რომელიც უკავშირდება საქონლის შეძენას. ამდენად, აღნიშნული დეფინიციის ქვეშ ექცევა ისეთი ქმედებებიც, როგორიცაა, სავაჭრო ვებგვერდზე შესვლა. ეკონომიკური ქცევის ტესტი წარმოადგენს ქვაკუთხედსა და პრე-რეკვიზიტს უსამართლო კომერციული საქმიანობის ზოგადი შემადგენლობის შეფასებისას.<sup>22</sup> რაც თავის თავში მოიაზრებს იმას, რომ საქმიანობა იწვევს ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მიერ ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღება, რომელსაც ის სხვაგვარად არ მიიღებდა. აღნიშნული ტესტის საფუძველზე ფასდება მოვაჭრის ქმედება ხომ არ ცვლის ან ხომ არ შეიძლება შეცვალოს,

<sup>18</sup> ჟურნალი „ორბელიანი“, N4, 2021 71 თამარ ლაკერბაია\* მომხმარებლის ცნება ევროკავშირის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკაში

<sup>19</sup> C-195/14, judgement of 4 June 2015, [CJEU].

<sup>20</sup> საქმე: C-453/10 (ECJ, 15.03.2012)

<sup>21</sup> საქმე C- 611/14 (ECJ, 21.10.2016)

<sup>22</sup> COMMISSION NOTICE Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market

მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა, საქონელთან ან მომსახურებასთან არსებითად, **უარყოფით კონტექსტში**.

განმარტების თანახმად, „ეკონომიკური ქცევის“ ცნება თავის თავში მოიცავს, როგორც შეძენამდე, ისე შეძენის შემდგომ ქცევებს/გადაწყვეტილებებს, რომელიც უკავშირდება საქონლის/მომსახურების შეძენის გადაწყვეტილებას.<sup>23</sup>

დირექტივის მიზნებისათვის, მომხმარებლის მიერ მიღებული ნებისმიერი გადაწყვეტილება, მიუხედავად იმისა, გადაწყვეტილება მსყიდველობითი ხასიათის არის თუ არა, ექცევა „ეკონომიკური ქცევის“ დეფინიციის ქვეშ.<sup>24</sup>

გამომდინარე აქედან, მკაფიო ინფორმაციის მიწოდების ვალდებულება უკავშირდება მომხმარებლის „ეკონომიკური ქცევის“ განხორციელებამდე დროის მონაკვეთს და არა უშუალოდ შესყიდვის შესახებ მიღებული გადაწყვეტილებამდე პერიოდს.

**აღსანიშნავია, ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს 2015 წლის 16 აპრილის გადაწყვეტილება, რომლის შესაბამისად „უსამართლო კომერციული პრაქტიკის დირექტივა“ უნდა განიმარტოს ისე, რომ პროფესიონალის მიერ მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება, უნდა კლასიფიცირდეს, როგორც „შეცდომაში შემყვანი კომერციული პრაქტიკა“, მაშინაც კი როცა ეს ინფორმაცია მხოლოდ ერთ მომხმარებელს ეხებოდა.**<sup>25</sup>

24-ე მუხლის სისტემური განმარტებით შეიძლება ითქვას, რომ ინფორმაცია პირობითად შეიძლება დაიყოს **ორ კატეგორიად, ინფორმაცია, რომელსაც მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე გავლენის მოხდენა შეუძლია** (არსებითი ინფორმაცია) და **რომელიც მოკლებულია შესაძლებლობას იქონიოს ამგვარი გავლენა.**

ევროკავშირის უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ დირექტივის 2005/29/EC განმარტებითი დოკუმენტის 2.9.5. პარაგრაფში აღნიშნულია, რომ საქონლის/მომსახურების ის მახასიათებლები, რომელსაც ჩვეულებრივ, საშუალო მომხმარებლები არ მოელონ იმ კონკრეტული საქონლისა თუ მომსახურების ხასიათიდან გამომდინარე, აუცილებლად უნდა ეცნობოთ მომხმარებლებს, რადგან სწორედ ასეთი ინფორმაცია ახდენს გავლენას მათ მიერ ტრანზაქციის განხორციელების გადაწყვეტილებაზე. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, მთავარი განმსაზღვრელი ორი ფაქტორია თუ რამდენად არსებითი მახასიათებლის მატარებელია ეს ინფორმაცია და შეუძლია თუ არა მომხმარებლის ტრანზაქციის გადაწყვეტილებაზე ზემოქმედების მოხდენა.

მტვერსასრუტის სამუშაო დროის შესახებ ინფორმაცია ერთი მხრივ, **არსებითია** და მეორე მხრივ მოვაჭრის მიერ შერჩეული მიწოდების ფორმა შეიძლება იყოს **შეცდომაში შემყვანი**.

<sup>23</sup> იქვე. გვ. 31.

<sup>24</sup> Case C-281/12, Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica Soc. Coop. Arl v Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, 19 December 2013, para. 35, 36 and 38.

<sup>25</sup> Case C-49/11 Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság v UPC Magyarország Kft.,

**2005/29/EC დირექტივის სახელმძღვანელო დოკუმენტში განმარტებულია, რომ პროდუქტის ის მახასიათებლები და შემზღუდველი პირობები, რისი მოლოდინიც საშუალო მომხმარებელს ნაკლებად აქვს ამ კატეგორიის პროდუქტისგან, უნდა იქნას მიწოდებული განსაკუთრებით თვალსაჩინოდ, ვინაიდან აღნიშნული მაღალი ალბათობით მოახდენს გავლენას მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე.<sup>26</sup>**

ზემოთ განვითარებული მსჯელობის შესაბამისად, ინფორმაცია მტვერსასრუტის სამუშაო დროის შესახებ წარმოადგენს პირველი კატეგორიის (არსებით) ინფორმაციის, რაც წარმოშობს ამ ინფორმაციის მკაფიოდ და თვალსაჩინოდ მიწოდების მაღალ სტანდარტს. სააგენტო მიიჩნევს, რომ ეს სტანდარტი კიდევ უფრო მაღლა იწევს, როდესაც სახეზე გვაქვს კონტრადიქტორული ინფორმაციის ორი პოლუსი, რომლის პირველ პოლუსს წარმოადგენს თვალსაჩინოდ მიწოდებული ინფორმაცია, რომელიც შინაარსითა და ფორმით მიდრეკილია სხვა ალტერნატიული/შემაჯავებელი ინფორმაციის არსებობის დაშვების გამორიცხვისკენ. ამდენად, კონკრეტულ შემთხვევაში ინფორმაციის პირველ პოლუსს წარმოადგენს მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის მიწოდებული ინფორმაცია მტვერსასრუტის სამუშაო დროის შესახებ (განსაზღვრული 60 წუთი), რომელიც თავისი ხასიათით აფუძნებს პრეზუმფციას იმის შესახებ, მტვერსასრუტი სხვადასხვა რეჟიმზე იმუშავებს ზუსტად მითითებულ ან მასთან მაქსიმალურად მიახლოებული დროის განმავლობაში, მეორე პოლუსი კი მწარმოებლის მიერ გაცემული დეტალური ინფორმაცია სხვადასხვა რეჟიმზე მტვერსასრუტის სამუშაო დროის შესახებ.

პირველ ეპიზოდში, სადაც ინფორმაციის მიწოდების ფორმას წარმოადგენს - სამუშაო დრო: 60 წთ, მომხმარებელს აქვს იმის აღქმა, რომ მტვერსასრუტი იმუშავებს სამოცი წუთის (ერთი საათის) განმავლობაში გონივრული მინიმალური ცდომილებით.

მწარმოებლის მიერ გაცემულ ოფიციალურ სახელმძღვანელოში, რომელიც წარმოდგენილია მოვაჭრის 2025 წლის 17 აპრილის N01/2501 წერილით, მოცემულია დეტალური ინფორმაცია მტვერსასრუტის სამუშაო დროის შესახებ სხვადასხვა რეჟიმზე. (იხ. N3 ეკრანის ანაბეჭდი) აღნიშნულის შესაბამისად მტვერსასრუტს აქვს ოთხი ძირითადი მუშაობის რეჟიმი:

1. კომბინირებული მუშაობა/ვიწრო სივრცეების წმენდის რეჟიმი (Combination tool/Extension Crevice Tool);
2. მუშაობა ორმაგი ჯაგრისით (Jet Dual Brush);
3. მუშაობა თხელი ლედ ჯაგრისით (Slim LED Brush);
4. მუშაობა წყლის მბრუნავი მწმენდავით (Spray Spinning Sweeper) .

---

<sup>26</sup> COMMISSION NOTICE Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market.

### N3 ეკრანის ანაბეჭდი

Charging and cleaning time may differ depending on the brushes and the conditions of use.

| Model                              |                                              | VS20B95**** Series                                   |                      |
|------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------|
| Power consumption (Vacuum cleaner) |                                              | Based on a handy vacuum cleaner: 580 W               |                      |
| Battery specification              |                                              | Li-ion 25.2 V, 2200 mAh, 7 cell                      |                      |
| Weight (Vacuum cleaner)            |                                              | 2.74 kg (Jet Dual Brush)<br>2.56 kg (Slim LED Brush) |                      |
| Size                               | Vacuum cleaner                               | Width 250 mm x Depth 210 mm x Height 1,000 mm        |                      |
|                                    | Clean Station                                | Width 300 mm x Depth 300 mm x Height 850 mm          |                      |
| Charging time                      |                                              | 3.5 hours                                            |                      |
| Cleaning time (Default mode: MID)  | Combination Tool /<br>Extension Crevice Tool | MIN: Approx. 60 min.                                 | MID: Approx. 30 min. |
|                                    |                                              | MAX: Approx. 10 min.                                 | JET: Approx. 3 min.  |
|                                    | Jet Dual Brush                               | MIN: Approx. 42 min.                                 | MID: Approx. 24 min. |
|                                    |                                              | MAX: Approx. 14 min.                                 | JET: Approx. 8 min.  |
|                                    | Slim LED Brush                               | MIN: Approx. 48 min.                                 | MID: Approx. 25 min. |
|                                    |                                              | MAX: Approx. 14 min.                                 | JET: Approx. 9 min.  |
| Spray Spinning Sweeper             |                                              | Approx. 100 min.                                     |                      |

#### NOTE

Cleaning time stated in the above table is based on a test after using one battery. Cleaning time doubles when you use two batteries consecutively.

თითოეული რეჟიმისთვის წარმოდგენილია მუშაობის დრო **მინიმალურ, საშუალო, მაქსიმალურ** და **ტურბო სიმძლავრეზე**. ამის შესაბამისად, ცხრილში წარმოდგენილია მტვერსასრუტის 13 სხვადასხვა მუშაობის დრო სიმძლავრისა და რეჟიმების მიხედვით. აღნიშნული ცხრილის შესაბამისად, მტვერსასრუტი 60 წუთზე მეტ ხანს (დაახლოებით 100 წუთი) მუშაობს მხოლოდ ერთ რეჟიმზე, კერძოდ, **წყლის მბრუნავი მწმენდავით**. დაახლოებით 60 წუთის განმავლობაში მუშაობს **კომბინირებულად** ვიწრო ადგილების წმენდის რეჟიმში ყველაზე დაბალ სიმძლავრეზე. დანარჩენ 11 შემთხვევაში კი მტვერსასრუტის სამუშაო დროებია მაქსიმუმ 42 წუთი, რეჟიმების და სიმძლავრის შესაბამისად ეს დრო იკლებს და ყველა მაქსიმალურ სიმძლავრეზე ვიწრო ადგილების წმენდის რეჟიმში **კომბინირებული მუშაობისას** მტვერსასრუტი მუშაობს მხოლოდ და მხოლოდ 3 წუთის განმავლობაში.

შესაბამისად, მოვაჭრის მითითება იმასთან დაკავშირებით, რომ მტვერსასრუტი მუშაობს 60 წუთი მართებულია მხოლოდ შემდეგ ორ შემთხვევაში: **კომბინირებულად** ვიწრო ადგილების წმენდის რეჟიმში **ყველაზე დაბალ სიმძლავრეზე** და **წყლის მბრუნავი მწმენდავი სისტემით წმენდისას**.

სააგენტოს მიერ შესწავლილი იქნა ზემოაღნიშნული ორი რეჟიმის მუშაობის წესი. პირველი რეჟიმი (კომბინირებული მუშაობა/ვიწრო სივრცეების წმენდის რეჟიმი Combination tool/Extension

Crevise Tool) გამოიყენება მოწყობილობის საშუალებით მტვრის მოსაშორებლად ფარდებიდან, ავეჯიდან, ფანჯრის ჩარჩოებიდან და სხვა ისეთი ადგილებიდან, სადაც საჭიროა წვრილი თავაკის გამოყენება. წმენდის ეს რეჟიმი გამოიყენება მხოლოდ საჭიროების შემთხვევაში და იშვიათად ყოველდღიურ რუტინაში.

რაც შეეხება, მეორე რეჟიმს, (წყლის მბრუნავი მწმენდავი, Spray Spinning Sweeper) აღნიშნული გამოიყენება ხის ან ლინოლეუმის ზედაპირის სველი წმენდისათვის. სველი წმენდა — განსხვავებით მტვრის მშრალი წესით მოცილებისგან — უფრო სიღრმისეული და პერიოდული პროცესია, რომელსაც ჩვეულებრივ კვირაში ერთხელ ან განსაკუთრებული საჭიროებისას გამოიყენება. მტვერსასრუტების უმეტესობას აღნიშნული ფუნქცია საერთოდ არ აქვთ.

გამომდინარე იქედან, რომ მტვერსასრუტის მთავარი ფუნქციაა იატაკის ზედაპირის სწრაფი და ეფექტური დასუფთავება, მტვერსასრუტის ძირითად ფუნქციებად მიიჩნევა, ისეთი რეჟიმები და თავაკები, რომლებიც გათვლილია დიდი ზედაპირის დამუშავებაზე. შესაბამისად, ზემოაღნიშნული ორი რეჟიმი წარმოადგენს მოწყობილობის დამატებით ფუნქციონალებს.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, მოვაჭრე მომხმარებელთა ჯგუფს მოწყობილობის არსებითი მახასიათებლის, კერძოდ, სამუშაო დროის შესახებ ინფორმაციას აწვდის ერთი მხრივ მხოლოდ დამატებით რეჟიმებთან მიმართებით, მეორეს მხრივ კი ინფორმაციის მიწოდებას ახორციელებს იმგვარად, რომ ეს ინფორმაცია მომხმარებლის აღქმაში მიესადაგება მტვერსასრუტის ძირითად და არა ცალკეულ დამატებით რეჟიმებს.

ევროკომისიის 2019 წლის 1 ოქტომბრის რეგულაცია (EU) 2019/2023 აწესებს ეკოდიზაინის სავალდებულო მოთხოვნებს საყოფაცხოვრებო სარეცხი/საშრობი მანქანებისთვის, მათ შორის, განსაზღვრავს შესაბამის სტანდარტებს მომხმარებლისთვის ტექნიკური და ენერგოეფექტურობის ინფორმაციის გამჭვირვალედ მიწოდების მიზნით.

აღნიშნული რეგულაციის პირველი დანართით განსაზღვრულია პარამეტრების შესაბამისობის ცხრილი, რომლის მიხედვითაც, დადგენილია დაშვებული გონივრული ცდომილება რეცხვის/შრობის პროცესის ხანგრძლივობასთან დაკავშირებით. აღნიშნულის მიხედვით, რეალური სამუშაო ხანგრძლივობის მითითებულ ინფორმაციასთან მიმართებით ცდომილება არ უნდა აღემატებოდეს 5%-ს (არაუმეტეს 10 წუთისა). 60 წუთთან მიმართებით 5% - იანი ცდომილება კი წარმოადგენს 3 წუთიან განსხვავებას. მტვერსასრუტის ოფიციალური სახელმძღვანელოს და მოვაჭრის მიერ პირველ ეპიზოდში მიწოდებული ინფორმაციის (მუშაობის დრო = 60 წუთი) შედარების საფუძველზე კი ცდომილება 11 შემთხვევაში მკვეთრად აღემატება 3 წუთს და რიგ შემთხვევებში მუშაობის დრო 14 ან 10 წუთია, ხოლო ყველაზე მძლავრ რეჟიმზე - მხოლოდ 3 წუთიც კი.

რაც შეეხება ინფორმაციის მიწოდების მეორე ეპიზოდს, ვებგვერდზე განმცხადებლის მიერ ნივთის შეძენის შემდგომ ინფორმაცია განაზღვდა და ამჟამად მიწოდებულია შემდეგნაირად: **სამუშაო დრო: მდე>60 წთ.** მოვაჭრის განმარტებით აღნიშნულში იგულისხმება, რომ მტვერსასრუტი მუშაობს 60 წუთამდე. უპირველეს ყოვლისა უნდა აღინიშნოს, რომ „მდე“ სუფიქსსა და 60 წთ-ს შორის არსებული მეტობის ნიშანი სრულიად გაუგებარია და მიაჩნდება, რომ რაიმე X მონაცემი მეტია სამოც წუთზე, რაც წინააღმდეგობაში მოდის მოვაჭრის

განმარტებასთან. თუმცა იმ შემთხვევაშიც, კი თუ ეს ინფორმაცია მომხმარებელის მიერ აღქმული იქნება როგორც მტვერსასრუტის შესაძლებლობა იმუშაოს 60 წუთამდე, აღნიშნული ფორმა კვლავ მიდრეკილია შეცდომაში შემყვანი ეფექტისკენ. ჩანაწერი „60 წუთამდე“ შეიძლება იყოს პირობითად როგორც 59 წუთი, ისე 59 წამი. მიუხედავად ამ დიდი დიაპაზონის მქონე დაშვებისა, საშუალო მომხმარებელი მიიჩნევს, რომ მტვერსასრუტის საშუაო მაქსიმალური დრო არის 60 წუთი, მინიმალური კი **60 წუთთან მიახლოებული დროის მონაკვეთი**. ცხადია, აღნიშნული წარმოადგენს შეფასებით კატეგორიის ცნებას და სხვადასხვა მომხმარებლის აღქმაში შესაძლოა იყოს განსხვავებული.

ინფორმაციის მიწოდება მსგავსი ფორმულარით, თავისთავად შეცდომაში შემყვანი რისკის მატარებელია. **აღნიშნული პრეზუმირებული გარემოებების დამაჯერებლად და სარწმუნოდ გაქარწყლება კი, სწორედ მოვაჭრის ვალდებულებაა და მისი მტკიცების ტვირთის ფარგლებში უნდა დაიდლოს.**

პრეზუმფცია წარმოადგენს ვარაუდს ამა თუ იმ ფაქტის არსებობის შესახებ („*Presumptio*“ - ვარაუდზე დამყარებული მოსაზრება; რაიმე ფაქტის აღიარება სარწმუნოდ, სანამ არ დამტკიცდება მისი მცდარობა). პრეზუმფციების მეშვეობით კანონმდებელი წინასწარ განსაზღვრავს, თუ მატერიალურ-სამართლებრივი ურთიერთობის რომელი მხარისთვის იქნება უფრო მოსახერხებელი სადავო ფაქტის დადასტურება. შესაბამისად, პრეზუმფციების მეშვეობით ნაწილდება მხარეთა შორის მტკიცების ტვირთი. მაშასადამე, პრეზუმირებული ფაქტის პროცესუალური თავისებურება ისაა, რომ მისი გაქარწყლება ევალდება მხარეს, რომლის წინააღმდეგაც მოქმედებს თავად ეს ფაქტი.<sup>27</sup>

ევროკავშირის უსამართლო კომერციული საქმიანობის შესახებ დირექტივის განმარტებით ლოკუმენტში აღნიშნულია, „მდე“ (up to) ფორმაციით ინფორმაციის მიწოდების კომერციული პრაქტიკის შესახებ, რომელიც მოიცავს მოვაჭრეების მხრიდან მარკეტინგული მიზნებისათვის პროდუქტის მაქსიმალური ბენეფიტის განსაზღვრას მომხმარებლისთვის. მსგავსი ფორმაცია შეიძლება იყოს შეცდომაში შემყვანი და შეთავაზების სრულ არსს ვერ გამოხატავდეს.<sup>28</sup>

გაიდლაინში მაგალითის სახით მოყვანილია შემდეგი სახის რეკლამა: „70%-მდე ფასდაკლება“, გაიდლაინის განმარტებით აღნიშნული ფორმა შეცდომაში შემყვანია თუ კი 70%-იანი ფასდაკლება პროდუქციის მხოლოდ მცირე ნაწილზე ვრცელდება.

**ამ სახის ფორმულირება შეიძლება შეცდომაში შემყვანი იყოს, თუ მოვაჭრეები ვერ შეძლებენ დაამტკიცონ, რომ მომხმარებლებს მაქსიმალური ბენეფიტის მიღების რეალური შესაძლებლობა აქვთ.** დანიის მომხმარებელთა ომბუდსმენის მიერ შემუშავებული

<sup>27</sup> ი.გაგუა „მტკიცებულებები და მტკიცების პროცესი კერძო ხასიათის სამართლებრივ დავებზე“. თბ., 2020წ., გვ.234, 236, 237

<sup>28</sup> NOTICES FROM EUROPEAN UNION INSTITUTIONS,  
BODIES, OFFICES AND AGENCIES  
COMMISSION NOTICE

Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal

ტელეკომუნიკაციების სექტორის საუკეთესო პრაქტიკის სახელმძღვანელოს დანართი 1-ის მიხედვით: „იმ შემთხვევაში, როდესაც ფიქსირებულ ქსელზე დაფუძნებული მაღალი სიჩქარის ინტერნეტკავშირის (როგორიცაა DSL, კოაქსიალური ან ოპტიკურ-ბოჭკოვანი ხაზები) სიჩქარის გარანტირება ტექნიკურად შეუძლებელია, დაშვებულია აღნიშნული სიჩქარის მითითება ფორმულირებით 'მაქსიმუმ' (ანუ 'up to' „მდე“). თუმცა, ასეთი ფორმულირება დასაშვებია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუკი ამ მარკეტინგული კამპანიის სამიზნე მომხმარებელთა უმრავლესობა — სულ მცირე 80% — რეალურად იღებს აღნიშნულ სიჩქარეს ან სიჩქარეს, რომელიც არსებითად არ განსხვავდება მითითებულისგან.“<sup>29</sup>

როგორც აღინიშნა, საქმეზე „Content Service Ltd v. Bundesarbeitskammer“ ევროკავშირის სასამართლომ განმარტა, რომ მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებლებს მიაწოდოს ინფორმაცია იმ მოლოდინის გარეშე, რომ ისინი თავად მოიძიებენ ამ ინფორმაციას და მომხმარებლები პასიურები უნდა რჩებოდნენ ინფორმაციის მოპოვების თვალსაზრისით.<sup>30</sup>

ყოველივე ზემოთ თქმულის შეჯამების საფუძველზე, მოვაჭრე მომხმარებელთა ჯგუფს ინფორმაციას შეცდომაში შემყვანი ფორმით აწვდის ორივე ეპიზოდში.

შეცდომაში შემყვანი ფორმით მიეწოდა ინფორმაცია განმცხადებელსაც, რომელმაც თავისი ეკონომიკური ქცევა აღნიშნულ ინფორმაციას დააფუძნა.

სააგენტო მიიჩნევს, რომ მომხმარებლის მიერ ინფორმირებული არჩევანის უზრუნველყოფისა და შეცდომაში შემყვანი ეფექტის გამორიცხვის მიზნებისთვის, მტვერსასრუტის ტექნიკურ მახასიათებლებთან, კერძოდ, მუშაობის დროსთან დაკავშირებით მომხმარებელს ინფორმაცია უნდა მიეწოდოს ეკონომიკური ქცევის განხორციელებამდე. ინფორმაცია უნდა იქნას მიწოდებული მკაფიოობის, გასაგებადობისა და თვალსაჩინოების მაღალი სტანდარტით. უნდა იქნას მითითებული სრულყოფილი შკალა, სადაც ასახულია ზუსტი ინფორმაცია თითოეული რეჟიმისათვის.

მოვაჭრე ვალდებულია, სრულად ადადგინოს იმ მომხმარებელთა სავარაუდოდ დარღვეული უფლებები, რომელთაც მისი საქმიანობის შედეგად შესაძლოა ზიანი მიაღგათ. კერძოდ, მომხმარებლის მოთხოვნის შემთხვევაში, მოვაჭრე ვალდებულია, გამოასწოროს ის ეფექტები, რაც მოვაჭრის მიერ მომხმარებლისთვის შეცდომაში შემყვანი ინფორმაციას მოჰყვა და მომხმარებელს აღუდგინოს უფლება მე-17 მუხლით დადგენილი წესით. მომხმარებლის მიერ არასწორი ინფორმაციის საფუძველზე შეძენილი ნივთი დაიბრუნოს/შეცვალოს/შეაკეთოს ან განახორციელოს ფასის შემცირება.

შპს „ისურვეს“ მიერ ინფორმაციის არსებული ფორმით მიწოდებამ გამოიწვია განმცხადებლის შეცდომაში შეყვანა, შესაბამისად, სახეზეა ფაქტობრივი მოცემულობა მომხმარებლის ეკონომიკურ ქცევაზე ზეგავლენის და პოტენციური რისკი მომხმარებლის ჯგუფზე უარყოფითად

<sup>29</sup> European Commission, *Guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices* SWD(2016) 163 final, 25 May 2016, Appendix, referring to Danish Consumer Ombudsman, *Guidelines on Best Practices in the Telecommunications Industry*

<sup>30</sup> Case C-49/11 Content Services Ltd v Bundesarbeitskammer

ზემოქმედების. სააგენტოს შეფასებით, მოვაჭრის ქმედება წარმოადგენს გამოხატულ უსამართლო კომერციულ საქმიანობას კანონის 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის საფუძველზე.

#### **4.4. შეცდომაში შემყვანი კომერციული საქმიანობა - მომხმარებლის შეცდომაში შეყვანა სავაჭრო პოლიტიკის შესრულების ნაწილში**

როგორც ზემოთ აღინიშნა, უსამართლო კომერციული საქმიანობა, რომელიც კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს ეწინააღმდეგება და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა იმ საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი, ან ახდენს ან შესაძლოა მოახდინოს არსებითი უარყოფითი გავლენა მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე, როდესაც კომერციული საქმიანობის ადრესატი მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფია.

კანონის 25-ე მუხლის მე-2 ნაწილის შესაბამისად, მოვაჭრის მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა მომხმარებლისთვის მცდარი ინფორმაციის მიწოდება ან ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება (მაშინაც კი, თუ ამ მუხლის მე-3 პუნქტის ერთი ან ერთზე მეტი ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია), რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება და რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

25-ე მუხლის მე-3 პუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია „ვ“ ქვეპუნქტით მოიცავს, **მომხმარებლის უფლებების შესახებ ინფორმაციას, მათ შორის, მომხმარებლის მიერ საქონლის დაბრუნების, შეცვლისა და შეკეთების, პრეტენზიის წარდგენის შესაძლებლობისა და ფორმის, აგრეთვე მოსალოდნელი რისკის თაობაზე ინფორმაციას.**

კანონის მე-5 პირველი პუნქტისა და მე-10 მუხლის პირველი პუნქტის შესაბამისად, ხელშეკრულების დადებამდე მოვაჭრე ვალდებულია მომხმარებელს საქართველოს სახელმწიფო ენაზე, მკაფიოდ და გასაგებად მიაწოდოს უტყუარი და სრული ინფორმაცია როგორც მათი კანონით დადგენილი უფლებების შესახებ, ასევე მოვაჭრის მიერ კომერციული გარანტიის ფარგლებში მინიჭებული პრივილეგიების შესახებ.

როგორც უკვე აღინიშნა, მოვაჭრე სავაჭრო პლატფორმაზე „წესებისა და პირობების“ ველში მომხმარებელთა ჯგუფს ინფორმაციას აწვდის კანონის მე-13 მუხლით განსაზღვრული საქონლის უპირობოდ დაბრუნებისა და კანონისმიერი ორ წლიანი საგარანტიო პირობების შესახებ, თუმცა სააგენტოს მიერ განხორციელებული მოკვლევის საფუძველზე გამოიკვეთა, რომ მოვაჭრე ინდივიდუალური განმარტებისას, მომხმარებელს აწვდის „წესებისა და პირობებში“ ასახული ინფორმაციის გამომრიცხავ ინფორმაციას, კერძოდ, უარყოფს მომხმარებლისთვის კანონით მინიჭებულ და პოლიტიკაში ასახულ უფლებებსა და გარანტიებს და მომხმარებლებს უნმარტავს, რომ არსებობს მხოლოდ ნივთის შეცვლის ოფცია, რომლის რეალიზებაც შესაძლებელია საქონლის შეძენიდან მხოლოდ 1 კვირის ვადაში ე.წ. „ქარხნული წუნის“ აღმოჩენის შემთხვევაში.

შესაბამისად, მოვაჭრის მხრიდან იკვეთება მომხმარებლისთვის ინფორმაციის მიწოდების ორი მომენტი. 1. ზოგად წესების და პირობებში ასახული ინფორმაცია და 2. მომხმარებელთან დამყარებული ინდივიდუალური კომუნიკაციისას განმარტებული ინფორმაცია.

აღსანიშნავია, რომ მოვაჭრის მიერ პლატფორმაზე განთავსებული ინფორმაცია მომხმარებლის კანონით დადგენილი უფლებების შესახებ არსებით სწორი და კანონშესაბამისა, თუმცა ინდივიდუალური განმარტებებისას მომხმარებლებს ეწოდებათ დამახინჯებული ინფორმაცია მათი უფლებების შესახებ, მაგალითად, მოვაჭრე უარყოფს კანონით დადგენილ მე-13 მუხლით ყოველგვარი საფუძვლის გარეშე ხელშეკრულებიდან გასვლის უფლებას, რითიც ეწინააღმდეგება როგორც კანონს, ასევე თავისი სავაჭრო პოლიტიკას.

მოვაჭრის მოქმედებით გამოხატულ შეცდომაში შემყვან კომერციულ საქმიანობად მიიჩნევა ინფორმაციის იმგვარად მიწოდება (მაშინაც კი, თუ ამ მუხლის მე-3 პუნქტის ერთი ან ერთზე მეტი ქვეპუნქტით გათვალისწინებული ინფორმაცია ფაქტობრივად სწორია), რამაც გამოიწვია ან შესაძლოა გამოიწვიოს მომხმარებლის მოტყუება და რის გამოც მომხმარებელმა დადო ან შესაძლოა დადოს გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა.

ევროპის სასამართლო C-529/19 გადაწყვეტილებაში უთითებს, რომ ნივთის ან მისაღები მომსახურების შესახებ მიწოდებულ ინფორმაციასთან ერთად მომხმარებლის უფლებების და მათი რეალიზების გზების შესახებ ინფორმაცია არის ერთ-ერთი, რაც განსაზღვრავს მომხმარებლის ნებას, შეიბოჭოს თუ არა სახელშეკრულებო ვალდებულებით.<sup>31</sup> მომხმარებელმა უნდა იცოდეს იმ ხელშეკრულების შედეგი, რომლის ხელისშემკვრელი მხარეც ხდება.

იტალიის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესაბამისმა ორგანომ კომერციული პრაქტიკა მიიჩნია მომხმარებელთა შეცდომაში შემყვანად, ვინაიდან მოვაჭრე განსაკუთრებული აქცენტით რეკლამირებდა ერთწლიანი კომერციული გარანტიას და მომხმარებლებს სთავაზობდა შესაბამისი ფასის გადახდის საფუძველზე ამ გარანტიის სამ ან ხუთწლამდე გაგრძელებას. მოვაჭრე სათანადოდ არ უზრუნველყოფდა მომხმარებელთა ინფორმირებას კანონისმიერი საგარანტიო 2 წლიანი ვადისა და სხვა კანონით მინიჭებული უფლებების შესახებ.<sup>32</sup>

მომხმარებლისთვის მისი უფლებების შესახებ ინფორმაციის ცოდნა დაცვის უპირველესი გარანტორია, სწორედ აქედან გამომდინარეობს მოვაჭრის კანონით დადგენილი ვალდებულება მომხმარებელს თავისი უფლებების შესახებ მიაწოდოს სახელმწიფო ენაზე, მკაფიოდ და გასაგებად უტყუარი და სრული ინფორმაცია კანონისმიერი გარანტიის შესახებ, არსებობის შემთხვევაში – კომერციული გარანტიის თაობაზე, აგრეთვე მომხმარებლისთვის შემდგომი მომსახურების გაწევის პირობების შესახებ. ამ ინფორმაციასთან დაკავშირებული მოვაჭრის მარკეტინგული თუ სხვა მიზნობრიობის მანიპულაციური ქმედებები კი იძლევა უსამართლო კომერციული საქმიანობის შემადგენლობას.

საშუალო მომხმარებლის ნიშნულზე მსჯელობისას აღინიშნა, რომ ვინაიდან საქართველოში მომხმარებლის უფლებების დაცვის ეფექტური საკანონმდებლო ჩარჩო და მისი აღსრულების მექანიზმები ახალი ჩამოყალიბებულია სამომხმარებლო განათლების დონე დაბალია, მომხმარებლები ნაკლებად ინფორმირებულნი და უფრო მეტად მოწყვლადი არიან უსამართლო

<sup>31</sup> judgment of 21 October 2020, Möbel Kraft, C-529/19, EU:C:2020:846, paragraph 26 and the case-law cited

<sup>32</sup> 166) PS7256, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, 21 December 2011, COMET-APPLE-Prodotti in garanzia.

კომერციული პრაქტიკის მიმართ. ისინი ასევე ნაკლებად არიან ინფორმირებულები მომხმარებლის კანონით მინიჭებული უფლებებისა და გარანტიების შესახებ, რაც კიდევ უფრო მნიშვნელოვანსა და კრიტიკულს ხდის მოვაჭრის ვალდებულებებს ამ ნაწილში.

ასევე აღსანიშნავია, რომ მოვაჭრის მიერ განთავსებული ინფორმაცია მომხმარებელთა უფლებების შესახებ, გარდა იმისა, რომ უზრუნველყოფს მომხმარებლების ინფორმირებულობას მათი უფლებების შესახებ, მეორე მხრივ საშუალო მომხმარებელში აყალიბებს იმის რწმენას, რომ მოვაჭრე ამ უფლებების რეალიზების გარანტორია. აქედან გამომდინარე, მომხმარებელი დებს ან შესაძლოა დადოს ისეთი გარიგება, რომელსაც სხვაგვარად არ დადებდა, ვინაიდან მომხმარებელმა შესაძლოა სწორედ ამ გარანტიების საფუძველზე შექმნილი ნდობით შეაჩეროს არჩევანი კონკრეტულ მოვაჭრეზე. საბოლოოდ, კი როდესაც მომხმარებელი უფლების რეალიზებას ცდილობს მოვაჭრისთვის მოთხოვნის დაფიქსირებით ან წინა სახელშეკრულებო პერიოდში გამოხატავს დაინტერესებას დეტალებთან დაკავშირებით აღმოჩნდება, რომ მოვაჭრის მიერ გაცემული გარანტიები ილუზორულია.

სააგენტო მიიჩნევს, რომ მოვაჭრის მიერ ილუზორული სავაჭრო პოლიტიკის შემუშავება ეწინააღმდეგება კეთილსინდისიერების მოთხოვნებს და არსებითად უარყოფითად ცვლის ან შესაძლოა შეცვალოს საშუალო მომხმარებლის ეკონომიკური ქცევა იმ საქონელთან ან მომსახურებასთან მიმართებით, რომელიც მას მიაწოდეს ან მისთვის არის განკუთვნილი, ან ახდენს ან შესაძლოა მოახდინოს არსებითი უარყოფითი გავლენა მომხმარებელთა ჯგუფის საშუალო წევრის ეკონომიკურ ქცევაზე, როდესაც კომერციული საქმიანობის ადრესატი მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფია.

ყოველივე ზემოთთქმულიდან გამომდინარე, სახეზეა პოტენციური რისკი მომხმარებლის ჯგუფზე უარყოფითად ზემოქმედებისა და მოვაჭრის ზემოაღნიშნული ქმედებები წარმოადგენს გამოსატულ უსამართლო კომერციულ საქმიანობას კანონის 25-ე მუხლის მეორე პუნქტის საფუძველზე.

## **თავი 5. სარეზოლუციო ნაწილი**

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-17<sup>1</sup> მუხლის მე-4 პუნქტის, მე-18 მუხლის მე-4 პუნქტის, „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის 33-ე მუხლის, საქართველოს კონკურენციის ეროვნული სააგენტოს თავმჯდომარის 2022 წლის 29 სექტემბრის N45 ბრძანებით დამტკიცებული „საქმის შესწავლის წესისა და პროცედურის“ მე-17 მუხლის საფუძველზე სააგენტომ:

### **გადაწყვიტა:**

დადასტურდეს მოვაჭრე შპს „ისურვეს“ (ს/ნ:416336316) მხრიდან „მომხმარებლის უფლებების დაცვის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის პირველი პუნქტის დარღვევისა და 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტით გათვალისწინებული უსამართლო კომერციული საქმიანობის განხორციელების ფაქტი.

